



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## COMM001PO ANALÍTICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING

---

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

Este Curso COMM001PO ANALÍTICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM001PO ANALÍTICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y identificar las herramientas y variables de analítica web para obtener resultados acerca de la información y los comportamientos que aporta el rastro de los usuarios en la web y web 2.0, y así, establecer a tiempo, correcciones y decisiones sobre todo lo que influye en el modelo de presencia on-line de una empresa, introduciendo mejoras en las acciones estratégicas del marketing.

### CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

1. Por qué es necesaria la analítica web
2. Analítica web 2.0
3. Qué necesitamos para hacer analítica web
4. Pasos recomendados al iniciar la realización de una analítica web

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. PERFORMANCE MARKETING

1. Ventajas que nos ofrece el performance marketing
2. La evolución del marketing on-line: branding vs. Performance
3. Evolución hacia el marketing de afiliados

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA TOMA DE DECISIONES BASADAS EN DATOS

1. Tenemos que dejar de hacer reporting y hacer análisis
2. Consejos para realizar analítica web
3. La analítica web y el e-mail marketing deben complementarse
4. Analítica web, SEM y SEO
5. La planificación de medios
6. Analítica y los programas de afiliación
7. Web 2. 0, la analítica debe ir más allá de la web
8. Análisis del buzz marketing
9. Reputación on-line
10. Usabilidad y diseño de interacción en la web

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. A/B MULTIVARIATE TESTING

1. Las landing pages
2. Cómo llevamos a cabo un «experimento».
3. Cómo funciona el a/b testing

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. GOOGLE ANALYTICS Y OTRAS HERRAMIENTAS

1. Google analytics

2. Google optimizer

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. MEDICIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE NUESTRA WEB

1. Métricas en internet
2. La tasa de conversión es la medida estratégica de nuestro rendimiento
3. La tasa o porcentaje de rebote
4. ¿Cuáles son las kpi's idóneas en función de los objetivos de nuestro site?
5. Métricas complementarias a la tasa de conversión
6. Primeros puntos a analizar respecto a nuestra web
7. Algunas recomendaciones para mejorar la conversión



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)