



Analítica web con Google Analytics

1. Título:

Analítica web con Google Analytics.

2. Descripción:

La analítica web nos permite estudiar el comportamiento de los usuarios dentro de nuestro sitio web. De esta forma, podemos conocer mejor su procedencia, saber de dónde viene el tráfico hacia nuestra web (buscadores, otros sitios web, etc.), qué secciones son las más visitadas y qué dispositivos utilizan entre otras muchas variables.

Analizar el comportamiento de nuestros sitios web es fundamental para saber exactamente si nuestra página web interesa a nuestros potenciales usuarios y poder tomar decisiones de cambios o de acciones. También nos ayuda a conocer el comportamiento de las campañas de email o en redes sociales y a detectar problemas en la utilización del sitio web.

Google Analytics es una poderosa herramienta gratuita de analítica web que se puede configurar de forma sencilla en la práctica totalidad de los sitios web. Actualmente se ha convertido en la herramienta de analítica web más utilizada y es fundamental para saber si lo que hemos invertido en su desarrollo realmente está siendo efectivo. Además, su interfaz es realmente sencillo y no se necesitan conocimientos técnicos para ser utilizada.

3. Objetivos:

- Conocer cómo funciona Google Analytics.
- Comprender la terminología utilizada en analítica web.
- Configurar una cuenta en Google Analytics.
- Explorar los distintos tipos de informes que ofrece Google Analytics.
- Aprender a sacar conclusiones de los informes.
- Etiquetar campañas de email para conocer su eficiencia.

4. Profesorado:

Javier Iglesia Aparicio: Ingeniero de Telecomunicación, actualmente es coordinador de tecnología del Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Dirige proyectos de tecnología encaminados a incorporar la tecnología a la sociedad y a la educación y ha colaborado en multitud de proyectos web sobre patrimonio histórico y cultural.

5. Fechas de Inicio / Fin: Matrícula abierta.

6. Número de plazas: 25 (ampliables según demanda).

7. Dirigido a:

Todas aquellas personas que poseen o administran un sitio web y que deseen controlar el comportamiento de los usuarios dentro de nuestro sitio web.

8. Precio:

Matrícula estándar: 175 € (incluye contenidos en línea y acceso garantizado al curso durante 3 meses tras la finalización del período lectivo).

Matrícula premium: 275 € (incluye contenidos en línea, materiales impresos y acceso garantizado al curso durante 5 años tras la finalización del período lectivo).

9. Bonificación a través de la FUNDAE (anterior Fundación Tripartita):

Aquellos alumnos con matrícula premium que deseen bonificar esta formación a través de la FUNDAE deben ponerse en contacto con nosotros con al menos 10 días de antelación y nos encargáramos de las gestiones necesarias sin coste añadido.

10. Duración: 60 horas.

11. Programa completo del curso:

Módulo 1. Principios y fundamentos de analítica web

1.1 ¿Qué es la analítica web?

1.2 Para qué sirve

1.3 Herramientas de análisis

1.3.1 Análisis de logs de servidores web

1.3.2 Sistemas de medición mediante marcadores

1.3.2.1 Esquema general de funcionamiento

1.3.2.2 Los marcadores o códigos de seguimiento

1.3.2.3 Las ventajas e inconvenientes de los sistemas de medición por marcadores

1.4 Las cookies

1.4.1 Tipos de cookies

1.4.2 Las cookies de primera y de tercera parte

1.4.3 Monitorización de cookies

1.5 Métricas básicas en analítica web

Módulo 2. Introducción a la herramienta Google/Universal Analytics

2.1 Descripción de la plataforma

2.2 Funcionamiento

2.3 Comenzando a usar Analytics

2.4 Cuentas, propiedades, vistas y perfiles

2.4.1 Ejemplos de estructura de cuentas

2.5 Creación de una cuenta y de la primera propiedad

2.6 El código de seguimiento

2.6.1 ¿Y qué hago con el código de seguimiento?

2.6.2 Comprobación de la correcta instalación del script

- 2.7 El interfaz de Analytics
 - 2.7.1 El interfaz de los informes
- 2.8 Dimensiones y métricas
- 2.9 Herramientas de gráficas y de consulta estándar en Analytics
 - 2.9.1 Selección y comparación de períodos
 - 2.9.2 Selección del tamaño de muestreo
 - 2.9.3 Modificación del tiempo en el gráfico
 - 2.9.4 Gráficos dinámicos
 - 2.9.5 Agregar dimensiones a un informe
 - 2.9.6 Formatos gráficos de visión de los datos

Módulo 3. Reportes básicos (I)

- 3.1 ¿Quién nos visita?
 - 3.1.1 Métricas básicas
 - 3.1.1.1 La diferencia entre Sesión y Visitante
 - 3.1.2 Visión general de Público
 - 3.1.3 Visión general
 - 3.1.4 Usuarios activos
 - 3.1.5 Análisis de grupo
 - 3.1.6 Informes de intereses y datos demográficos
 - 3.1.6.1 Datos demográficos
 - 3.1.6.2 Datos de intereses
 - 3.1.6.3 ¿Cómo habilitar estos informes?
 - 3.1.7 Información geográfica
 - 3.1.8 Comportamiento
 - 3.1.8.1 Visitantes nuevos frente a visitantes recurrentes
 - 3.1.8.2 Frecuencia y visitas recientes
 - 3.1.8.3 Interacción o Implicación
 - 3.1.9 Tecnología
 - 3.1.10 Móvil
 - 3.1.11 Personalizado
 - 3.1.12 Comparativas
 - 3.1.13 Flujo de usuarios
- 3.2 ¿Cómo llegan a nosotros?
 - 3.2.1 Los tipos de tráfico
 - 3.2.2 Medios, fuentes y canales de tráfico
 - 3.2.3 Visión general
 - 3.2.4 Todo el tráfico > Canales
 - 3.2.4.1 Cómo editar la agrupación de canales
 - 3.2.4.2 Mapa de árbol
 - 3.2.5 Todo el tráfico > Fuente/Medio
 - 3.2.6 Todo el tráfico > Referencias
 - 3.2.7 Campañas
 - 3.2.8 Optimización en buscadores
 - 3.2.9 Adwords
 - 3.2.10 Social
 - 3.2.10.1 Referencias de la red
 - 3.2.10.2 Actividad del hub de datos
 - 3.2.10.3 Páginas de destino
 - 3.2.10.4 Seguimientos inversos
 - 3.2.10.5 Conversiones
 - 3.2.10.6 Complementos
 - 3.2.10.7 Flujo de usuarios

Módulo 4. Reportes básicos (II)

- 4.1 ¿Qué hacen los usuarios en nuestra web?
 - 4.1.1 Porcentaje de rebote y porcentaje de salida
 - 4.1.2 Visión general
 - 4.1.3 Flujo del comportamiento

- 4.1.4 Contenido del sitio
 - 4.1.4.1 Todas las páginas
 - 4.1.4.2 Desglose de contenidos
 - 4.1.4.3 Páginas de destino
 - 4.1.4.4 Páginas de salida
- 4.1.5 Velocidad del sitio
 - 4.1.5.1 Los tiempos de un sitio web
 - 4.1.5.2 Visión general
 - 4.1.5.3 Tiempos de página de velocidad del sitio
- 4.1.6 Búsquedas en el sitio
 - 4.1.6.1 Implementación y configuración de la búsqueda en un sitio
 - 4.1.6.2 Visión general
 - 4.1.6.3 Uso
 - 4.1.6.4 Términos de búsqueda
 - 4.1.6.5 Páginas
- 4.1.7 Eventos y páginas virtuales
 - 4.1.7.1 Componentes de los eventos
 - 4.1.7.2 Los informes de eventos
- 4.1.8 AdSense o Editor
- 4.1.9 Experimentos
- 4.1.10 Analítica de página
- 4.2 Conversiones y objetivos
 - 4.2.1 Conversiones de comercio electrónico
 - 4.2.2 Los objetivos de una página web
 - 4.2.2.1 Tipos de objetivos
 - 4.2.2.2. Acerca del valor del objetivo
 - 4.2.2.3 Creación de objetivos
 - 4.2.2.4 Cómo compartir objetivos con otros usuarios
 - 4.2.2.5 Límites en la creación de objetivos
 - 4.2.3 Los embudos de conversión para los objetivos de destino
 - 4.2.3.1 Crear un embudo de conversión
 - 4.2.4 Informes
 - 4.2.5 Objetivos
 - 4.2.5.1 URLs objetivo
 - 4.2.5.2 Rutas de objetivo inversas
 - 4.2.5.3 Gráfico del embudo de conversión
 - 4.2.5.4 Flujo de objetivos
 - 4.2.6 Comercio electrónico
 - 4.2.7 Embudos multicanal
 - 4.2.8 Modelos de atribución
 - 4.2.8.1 Herramienta de comparación de modelos

Módulo 5. Monitorización en tiempo real

5.1 La sección Tiempo real de Analytics

5.2 Los informes de Tiempo Real

Módulo 6. Filtros y segmentos

6.1 Los filtros

6.1.1 Filtros avanzados

6.1.2 Expresiones regulares

6.2 Los Segmentos

6.2.1 Creación de un segmento

6.2.2 Cómo modificar, suprimir o compartir segmentos

6.2.3 Cómo aplicar un segmento en un informe

Módulo 7. Personalización

7.1 Informes personalizados

7.1.1 Creación de un informe personalizado

7.1.2 Cómo acceder, administrar y compartir informes personalizados

- 7.2 Cuadros de mando o paneles
 - 7.2.1 Creación y edición de paneles
 - 7.2.2 Compartir paneles
 - 7.2.3 Cómo añadir un informe al panel
 - 7.2.4 Ejemplo de creación de un panel
 - 7.3 Alertas
 - 7.3.1 Informes de Eventos de Intelligence
 - 7.3.2 Creación de una alerta
 - 7.3.3 Administración de las alertas
 - 7.4 Accesos Directos
 - 7.4.1 Cómo crear, modificar o eliminar un acceso directo
 - 7.5 Anotaciones
- Módulo 8. Funciones adicionales de Google Analytics
- 8.1 Experimentos
 - 8.1.1 Requisitos para crear un experimento
 - 8.1.2 La interfaz de Experimentos
 - 8.1.3 Lista de experimentos
 - 8.1.4 Informe de experimento
 - 8.1.5 Elementos de un experimento y qué debemos probar
 - 8.1.6 Objetivos y métricas que puede utilizar en Experimentos
 - 8.1.7 Consejos
 - 8.2 Comercio electrónico
 - 8.2.1 Cómo habilitar el seguimiento de comercio electrónico
 - 8.3 Campañas de email marketing
 - 8.3.1 Cómo crear una campaña
 - 8.3.2 Ver los resultados de una campaña de email
 - 8.4 Descarga o exportación de datos y envíos por correo electrónico
- Módulo 9. Integración con otras herramientas
- 9.1 Google Adwords
 - 9.1.1 Enlazar Analytics y Adwords
 - 9.1.2 Informes de Adwords
 - 9.1.2.1 Campañas de Adwords
 - 9.1.2.2 Consulta de búsqueda
 - 9.1.2.3 Palabras clave
 - 9.1.2.4 Horas del día de Adwords
 - 9.1.2.5 URL de destino de Adwords
 - 9.2 Google Adsense
 - 9.2.1 Informes de Google AdSense
 - 9.2.1.1 Visión general de AdSense
 - 9.2.1.2 Páginas de AdSense
 - 9.2.1.3 Referencias de AdSense o URLs de referencia
 - 9.2.1.4 Salidas de AdSense o Páginas del editor
 - 9.3 Google Webmasters Tools
 - 9.3.1 Configuración de la creación de informes de SEO para sus informes de Analytics
 - 9.3.2 Informe Resumen geográfico de SEO
 - 9.3.3 Informe Consultas de SEO
 - 9.3.4 Informe Páginas de destino de SEO

12. Metodología:

El curso se llevará a cabo de forma on-line con un tutor personal. El e-learning es una forma de aprendizaje sustentado en las Nuevas Tecnologías e Internet.

Los estudiantes, a través de nuestra plataforma de formación, tienen acceso a los contenidos del curso y a sus actividades, así como a otras herramientas de comunicación que permiten la interacción entre ellos y facilitan la comunicación con el profesor.

Los elementos más destacados con los que contará el curso dentro de nuestra plataforma son:

- Programa completo del curso.
- Guía didáctica (planificación temporal, criterios de evaluación, etc.).
- **Materiales didácticos (fichas de contenido, vídeos, enlaces...).**
- Actividades de evaluación y autoevaluación.
- Libro de calificaciones.
- Foros de debate.
- Sala de chat para la comunicación entre los alumnos.
- Enlaces de descarga del software necesario para seguir el curso.
- Contenidos del curso en formato PDF (disponibles a la finalización del curso).

Durante el curso, se realizará un seguimiento del progreso del alumno para acompañarle en su aprendizaje y poder ofrecerle consejo o ayuda siempre que lo necesite.

13. Evaluación:

La evaluación se llevará a cabo a través de cuestionarios tipo test de corrección automática y la realización de breves actividades prácticas.

14. Contacto:

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono 923 01 01 01 o mediante el correo electrónico:

Mateo Pescador
mpescador@maresvirtuales.com
Departamento de formación