



SPAIN BUSINESS SCHOOL

Guía Docente
Analítica y medición digital
Primera Convocatoria 2023/2024

Datos generales de la asignatura

Programa: **MMD+ Máster en Marketing Digital**
Asignatura: **Analítica y medición digital**
Medida: **4.0 ECTS**
Carácter: **Obligatoria**

Temario

INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB. DEFINICIÓN Y PROPIEDADES

- ¿Por qué la analítica web es importante para el éxito online?
 - ¿Qué es analítica web?
 - ¿Por qué involucrarse en la analítica web?
 - Mitos de la Analítica Web
 - El lugar de la analítica web en la organización
 - El día a día del analista web
 - Los orígenes de la analítica web
 - El modelo tripartito: Una forma de pensar y un enfoque estratégico
-
- Propiedades de la Analítica Web
 - La información
 - Definiciones
 - Definiciones según la DAA
 - Cómo se calculan las visitas en Google Analytics

EL ECOSISTEMA DE LA ANALÍTICA WEB

- Ecosistema de la analítica web
- La visión de Avinash Kaushik
- La visión de Eric Peterson
- La visión de Drew Hale
- Definiciones
- Dimensiones y métricas (DAA)
- Métricas de interés
- Dimensiones de interés:
- Definiciones según la DAA

HERRAMIENTAS DE LA ANALÍTICA WEB

- Herramientas de analítica web
- Herramientas site centric
- Herramientas user centric
- Herramienta site centric: Google Analytics
- Herramientas site centric: Adobe Sitecatalyst
- Verificación de implementación de herramientas de analítica web



SPAIN BUSINESS SCHOOL

EL CLIENTE COMO FUENTE DE DATOS

- Introducción
- Encuestas
- Instrumentación del VOC
- ¿Qué requisitos debe reunir nuestro Programa VoC?
- El valor cuantificado de la experiencia del usuario
- La voz del Cliente en el Ecosistema Analítica Web
- Cuestionarios:
- Pasos identificables para crear un cuestionario
- Iperceptions: ¿Cómo crear un cuestionario?

ANALÍTICA WEB Y GOOGLE ANALYTICS PRIMEROS PASOS EN LA ANALÍTICA WEB

- ¿Como funciona Google Analytics?
- Métricas, objetivos y KPIs
- Estructura de Google Analytics (Cuenta, Propiedad, Vista)
- Configuración inicial
- Interfaz Google Analytics
- Herramientas

IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE GOOGLE ANALYTICS

- ¿Que y como medir en Google Analytics?
- Eventos
- Páginas virtuales
- Objetivos
- Etiquetado de campañas
- Herramientas

PERSONALIZACIÓN DE GOOGLE ANALYTICS

- Segmentos avanzados
- filtros
- Informes personalizados
- Paneles
- Alertas
- Tiempo real
- Expresiones regulares

INTEGRACIÓN Y ESTRATEGIA DE MEDICIÓN

- Integración G.Adwords
- Webmastertools
- Tracking ecommerce
- Con otras herramientas
- Discrepancias entre herramientas
- Redes Social
- Estrategias de medición y KPIs

CONFIGURACIONES AVANZADAS

- Multidominio
- Dimensiones personalizadas
- Modelos de atribución
- Implementación USER-ID
- Breve introducción Exportación de datos a Excel API
- Breve introducción a Google Tag Manager
- Google Analytics IQ



SPAIN BUSINESS SCHOOL

Equipo docente

Andrés Menchero

Cristina de la Cruz Sánchez Zapata

Resultados de aprendizaje

Competencia básica

Competencias generales

Analizar datos relacionados con el marketing para su optimización y obtención de conocimiento (Competencias Instrumentales)

Trabajar en equipos multidisciplinares con un objetivo común (Competencias Interpersonales)

Conocimientos

Analizar los datos analíticos de las empresas para la optimización del negocio y las campañas.

Construir el plan de medición de una empresa.

Determinar las acciones de optimización y mejora de campañas a través del conocimiento de los datos medidos.

Destrezas

tener una experiencia en el área de la análisis trabajando en el departamento digital de las empresas (Plano Subjetivo)

Actividades formativas

Clases magistrales

Clases magistrales tras trabajos prácticos

Análisis de casos

Estudio de casos

Presentaciones en grupo

Seminarios

Tutorías

Tutorías sobre trabajos

Actividades de evaluación

Examen escrito

Examen tipo test

Proyecto

Observación directa del desempeño