Código: 07848
Curso: Analítica web para medir resultados de marketing
Modalidad: ONLINE
Duración: 56h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:

Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

securs@
CONSULTORÍA DE FORMACIÓN
Avda. Ramón Nieto nº 133, Bajo
36208 - VIGO
Telf.: 986912815

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

- 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 online de una empresa, introduciendo mejoras en las acciones estratégicas de marketing.
- Conocer en qué consiste la analítica web, sus utilidades de cara a la empresa y cómo utilizarla en una empresa de tamaño medio o pequeño.
- Estar al tanto en qué consiste la técnica de captación de clientes denominada performance marketing, así como sus utilidades de cara a la empresa.
- Saber utilizar la técnica de captación de clientes en una empresa de tamaño medio o pequeño.
- Conocer los pormenores de la analítica web, para poder tomar decisiones basándose en datos objetivos en el ámbito empresarial.
- Saber en qué consisten los denominados A/B Testing, cómo hacerlos y cómo pueden impulsar la marcha de un negocio digital.
- Conocer en qué consiste Google Analytics y otras herramientas de analítica web y cómo utilizarlas para mejorar las campañas de marketing de una empresa.
- Tener los conocimientos para mejorar una página web empresarial, con el objetivo de captar y fidelizar a un mayor número de clientes.

Contenidos

Introducción a la analítica web
Por qué es necesaria la analítica web
Analítica web 2.0.
Qué necesitamos para hacer analítica web
Pasos recomendados al iniciar la realización de una analítica web

Performance marketing
Ventajas que nos ofrece el performance marketing
La evolución del marketing online: branding versus performance
Evolución hacia el marketing de afiliados

La toma de decisiones basadas en datos
Tenemos que dejar de hacer reporting y hacer análisis
Consejos para realizar analítica web
La analítica web y el e-mail marketing deben complementarse
Analítica web, SEM y SEO
La planificación de medios
Analítica y los programas de afiliación
Web 2.0, la analítica debe ir más allá de la web
Análisis del buzz marketing
Reputación online
Usabilidad y diseño de interacción en la web

A/B Multivariate Testing
Las landing pages
Cómo llevamos a cabo un experimento
Cómo funciona el A/B Testing

Google Analytics y otras herramientas
Google Analytics
Google Optimizer

Medición y optimización de los procesos de nuestra web
Métricas en internet
La tasa de conversión es la medida estratégica de nuestro rendimiento
La tasa o porcentaje de rebote
¿Cuáles son las KPI idóneas en función de los objetivos de nuestro site?
Métricas complementarias a la tasa de conversión
Primeros puntos a analizar respecto a nuestra web
Algunas recomendaciones para mejorar la conversión