



Posicionamiento en la red. Analítica, medición y cuantificación

Metodología

- A través de un enlace a la plataforma se introduce un usuario y un password para poder acceder al curso de referencia.
- El alumno deberá superar las distintas unidades o capítulos de los que se componen los módulos, realizando los test, casos prácticos o ejercicios que se le vayan presentando.
- Cada curso tiene un tutor / a asignado, el cual podrá enviar a los alumnos aquellos ejercicios adicionales y pruebas de aptitud que considere necesarias.
- A los alumnos que resulten APTOS se les enviará un CERTIFICADO.

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- En el presente módulo se conocen las herramientas más utilizadas para el análisis, medición y cuantificación web. Además, se trabaja el concepto de cuadro de mando, en qué consiste la estrategia SEO con la analítica web y se analizan los distintos modos de optimizar nuestro sitio. Por último, se tratan qué factores se pueden medir en las redes

sociales, cómo conocer a nuestros seguidores y la importancia de crear comunidad.

Duración

40 horas

Convocatorias

Las convocatorias están abiertas todo el año, puedes comenzar el curso el día que mejor te venga.

Programa

Tema 1. Introducción a la analítica web

- Definiciones
- ¿Qué es la analítica web? y ¿cómo medimos usuarios?
- ¿Por qué una empresa debe invertir en analítica web?
- El perfil del analista web

Tema 2. Cuadro de mando e interpretación de datos

- ¿Qué es un cuadro de mando?
- El cuadro de mando de Google Analytics
- Variables del cuadro de mando

Tema 3. Analítica web y buscadores

- Definición de estrategia SEO
- El keyword set
- Optimización on site: ordenar para los buscadores
- Optimización off site: el arte de seguir enlaces buenos
- Optimizar el contenido para los buscadores y medición de avances en SEO

Tema 4. Métricas para redes sociales y fidelización

- ¿Se pueden medir las conversaciones?
- Midiendo la reputación, la popularidad y la influencia
- Midiendo acciones en Blogs
- Conocer los gustos de los seguidores en redes sociales
- Aplicaciones y widgets: Cómo medir su efecto
- Tipología de usuarios en Internet y efectos de su fidelización
- Generar una comunidad

Tema 5. Del ROI al poder de las relaciones

- Del ROI al IOR
- Cómo aumentar la autoridad y la influencia de nuestra marca
- Aumentar la participación con nuestra marca
- Cómo aumentar el tráfico de la marca