

Programa

Módulo 1: *Web analytics* Avanzado

Unidad 1: De la información a la acción

- 1.1.1 Información, *insights*, acción
- 1.1.2 Herramientas de analítica web: Google Analytics
- 1.1.3 Estrategia de medición
- 1.1.4 Implementación de medición

Unidad 2: Métricas de negocio y métricas de conversión

- 1.2.1 Objetivos del negocio
- 1.2.2 Métricas de adquisición
- 1.2.3 *Funnels* de conversión
- 1.2.4 Análisis de resultados

Módulo 2: *Social analytics*

Unidad 1: Tipos de métricas

- 2.1.1 Métricas intrínsecas
- 2.1.2 Datos volumétricos, cuantitativos, cualitativos
- 2.1.3 *Social listening* e *influencers*
- 2.1.4 *Social benchmark*

Unidad 2: Objetivos de negocio y objetivos de redes sociales

- 2.2.1 Métricas de redes sociales en Google Analytics
- 2.2.2 Medición de conversiones
- 2.2.3 Segmentación y audiencias
- 2.2.4 Configuración de campañas

Módulo 3: *Big data* y *data science*. **Introducción**

Unidad 1: *Big data*

- 3.1.1 *Data mining*
- 3.1.2 *Datawarehouse*; arquitectura de la información
- 3.1.3 Herramientas esenciales
- 3.1.4 Visualización de la información

Unidad 2: *Data science*

- 3.2.1 Estadística y modelo
- 3.2.2 *Machine learning*
- 3.2.3 Casos de aplicación de modelos
- 3.2.4 Herramientas esenciales

Módulo 4: *Dashboarding* y *reporting*. **Integración de métricas**

Unidad 1: Fuentes de datos y herramientas

- 4.1.1 Fuentes e integración de datos
- 4.1.2 Tipos de *dashboard*
- 4.1.3 Representación de la información
- 4.1.4 Ejemplos y casos prácticos de reportes

Unidad 2: *Reporting* en redes sociales

- 4.1.1 Cómo leer las estadísticas de Facebook e Instagram
- 4.1.2 Twitter Analytics
- 4.1.3 Fuentes de datos en otras redes sociales
- 4.1.4 Otras herramientas útiles para medición

Bibliografía

Barber, M. (14 de enero de 2018). *Data science concepts you need to know! Part 1*. Recuperado de <https://towardsdatascience.com/introduction-to-statistics-e9d72d818745>

Digital Guide (23 de octubre de 2018). *Facebook Lead Ads: obtén datos valiosos y nuevos clientes*. Recuperado de <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/redes-sociales/facebook-lead-ads/>.

Escobar, C. (29 de enero de 2018). *¿Cómo manejar una crisis en redes sociales?* [entrada de blog]. Recuperado de <https://sproutsocial.com/insights/manejo-de-crisis-en-redes-sociales/>

Kaushik, A. (2007). *Web analytics: An hour a day*. Indianápolis: Sybex.

Mateos Fernández, A M., Sparapani Galicia, L. (2017). *Reporte analítica de proyectos web con Google Analytics*. Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24883/TFG-N.%20756.pdf;sequence=1>

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Desarrollar una visión completa del rol de un analista digital en los procesos de evaluación, análisis y toma de decisiones que permitan mejorar las acciones de marketing y optimizar las conversiones.

Objetivos específicos:

- Saber distinguir aquellas métricas relevantes al momento de generar una estrategia de medición acorde a las necesidades del negocio.
- Ser capaz de realizar un análisis correcto del comportamiento de los usuarios en el ecosistema digital.
- Poder cruzar diferentes fuentes de información y utilizar técnicas avanzadas de análisis sobre grandes cantidades de datos.
- Diseñar tableros e *insights* que respondan a las preguntas de negocio más importantes.

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas:

- Resolución de problemas: capacidad para enfrentar los desafíos buscando las herramientas necesarias para encontrar soluciones.
- Trabajo en equipo y colaborativo: capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos.

Competencia específica:

- Lograr una visión analítica frente a determinados problemas y situaciones del comportamiento de los usuarios.
- Manejar las herramientas más idóneas para obtener información relevante y mejorar los indicadores principales del negocio.
- Desarrollar la capacidad de ser claros y concisos en la presentación de la información.