

Posicionamiento en la red. Analítica, medición y cuantificación

Objetivos

□ **Objetivo General**

- 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.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer la analítica web, además de examinar los motivos por los que una empresa debe invertir en ello.
- Conocer para qué sirve la analítica web y el comportamiento de los usuarios.
- Aprender la relación de la estrategia SEO con la analítica web, además de ver los distintos modos de optimizar nuestro sitio.
- Investigar sobre los factores que se pueden medir en las redes sociales.
- Aprender a conocer a los seguidores y la importancia de crear comunidad.
- Saber qué es el ROI y cómo se puede aumentar la autoridad, influencia y participación.

Contenidos

Posicionamiento en la red. Analítica, medición y cuantificación	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Introducción a la analítica web.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la analítica web? y ¿cómo medimos los usuarios? • ¿Por qué una empresa debe invertir en analítica web? • El perfil del analista web. 	6,30 horas
Examen UA 01	30 minutos
Tiempo total de la unidad	7 horas
<p>Unidad 2: Cuadro de mando e interpretación de datos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es un cuadro de mando? • El cuadro de mando de Google Analytics. • Variables del cuadro de mando. 	7,30 horas
Examen UA 02	30 minutos
Tiempo total de la unidad	8 horas
<p>Unidad 3: Analítica web y buscadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	6,30 horas
Examen UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	7 horas

<p>Unidad 4: Métrica para redes sociales y fidelización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿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. 	6,30 horas
Examen UA 04	30 minutos
Tiempo total de la unidad	7 horas
<p>Unidad 5: Del ROI al poder de las relaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	4,30 horas
Examen UA 05	30 minutos
Tiempo total de la unidad	5 horas
<p>Unidad 6: Uso de Google Analytics.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Configuración de Google Analytics. • Página principal de Google Analytics. • Menú lateral de informes. • Crear y personalizar paneles. • Informes personalizados de Google Analytics. 	4,30 horas
Examen UA 06	30 minutos
Tiempo total de la unidad	5 horas
Examen final	1 hora
6 unidades	40 horas