

Máster de Analítica Web

¡Nuevo formato! Más horas, más analítica que nunca.



Próximamente



200 h.



Presencial



Valencia
(También en
Madrid y
Barcelona)



Bolsa de
empleo



5.995 €

Máster de Analítica Web

La Analítica Web es una de las disciplinas más demandadas del sector online, desde que sacamos el primer máster en Analítica Web en España en 2011, en KSchool formamos a los mejores analistas web del mercado gracias al programa más completo.

El objetivo principal del máster es que te conviertas en analista digital profesional, y para ello nuestro máster se centra en desarrollar las capacidades principales que cualquier analista debe tener:

- Visión de negocio
- Habilidades técnicas
- Capacidad de análisis
- Conocimientos del entorno digital

Cada módulo del máster es abordado de forma práctica de acuerdo a la filosofía de KSchool para que aprendas trabajando y puedas establecerte como analista digital profesional al terminar el máster.

60 horas Técnicas de Analítica Digital Análisis Cuantitativo Análisis Cualitativo Optimización CRO Estadística y Analítica Segmentación avanzada Modelos de atribución Integración de fuentes	50 horas Estrategia Digital Objetivos y KPIS Campañas Audiencias SEO SEM Redes Sociales Mobile	
	50 horas Herramientas e implementación Google Analytics Tag Manager Excel Tecnología y Herramientas API Adobe Site Catalyst	30 horas Visualización de Datos y BI Dashboards Tableau Klipfolio Data Studio Inteligencia de Negocio Customer Analytics
		10 horas Data Science
+		
Proyecto Fin de Máster		

Objetivos

1. Aprenderás sobre las diferentes disciplinas de marketing online (SEO, SEM, Campañas, Redes Sociales...) para ser capaces de señalar recomendaciones y acciones para optimizar la estrategia en cada uno de ellos.
2. Aprenderás a realizar análisis web en medios, sitios de contenidos, generadores de leads y ecommerce.
3. Estudiarás la web desde el diseño y la usabilidad para poder determinar qué cambiar y dónde. Aprenderás a combinar los datos cuantitativos con los datos cualitativos para determinar qué ha pasado y por qué, y a crear modelos y hacer predicciones.
4. Practicarás con las herramientas para poder extraer los datos de distintas fuentes, y serás capaz de analizar en qué estado está la implementación de dichas herramientas para poder hacer un análisis completo de los datos.
5. Tendrás una primera toma de contacto en el lenguaje R para ir un paso más allá y analizar grandes cantidades de datos, lo que te ayudará a ahondar en el análisis de los clientes y hacer análisis de cohortes, de productos, de retención...
6. Aprenderás a hacer que los datos sean un activo más de la empresa y a tomar decisiones basadas en dichos datos, que impactan directamente en el negocio.

Perfil del alumno

Para cursar este máster no es necesario tener una titulación previa específica ni tener conocimientos de Analítica Web o programación previos. ¡Eso lo aprenderás con nosotros!

El único requisito es tener claro que te gustan los números y la creatividad para dar soluciones y recomendaciones a preguntas de negocio. Tener una inquietud de saber por qué pasan las cosas y cómo cambiarlas a nuestro favor.

Son recomendables conocimientos de marketing digital (conceptos, vocabulario, etc.) y sobre todo, muchas ganas por jugar con datos, números y por aprender esta profesión.

Salidas profesionales

Al finalizar el máster, estarás preparado para ocupar todo tipo de puestos relacionados con la toma de decisiones basadas en datos. Puestos como Analista Digital, Digital Analytics Manager o Business Analytics Manager estarán a tu alcance.

KSchool Empleo

En KSchool ofrecemos a nuestros alumnos el acceso a una plataforma web de empleo propia donde las empresas publican semanalmente todo tipo de ofertas de las áreas de especialidad de nuestros programas.

En ella, encontrarás ofertas laborales y de prácticas, de empresas nacionales e internacionales, y en cualquier provincia. Se trata de un servicio gratuito y vitalicio, así que podrás seguir utilizándola para avanzar en tu carrera profesional siempre que quieras.

Ecosistema de empresas

Dónde trabajan
nuestros alumnos:



Empresas de nuestra
bolsa de empleo:



Dónde trabajan
nuestros profesores:



Por qué estudiar en KSchool



Experiencia

Desde que nacimos en 2011 en KSchool han pasado miles de alumnos, cientos de ediciones y decenas de programas, que nos dan la experiencia necesaria para tener los mejores cursos.



Prestigio

No nos gusta la "titulitis", pero lo cierto es que estudiar en KSchool abre puertas. Nuestros alumnos son los mejores preparados, y las empresas lo saben.



Comunidad

Fomentamos el networking entre profesionales digitales: profesores, alumnos, amigos de la casa... KSchool es una red de expertos digitales en constante crecimiento.



Innovación

Siempre a la vanguardia del sector, tenemos los cursos más punteros. Programas siempre actualizados con las últimas tecnologías y en base a las necesidades de las empresas.



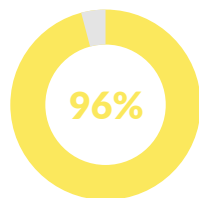
Empleo

Somos la escuela con mayor índice de empleabilidad. ¡96% de alumnos trabajando!. Y Gracias a KSchool Empleo, encontrar un nuevo trabajo en el sector digital será más fácil que nunca.

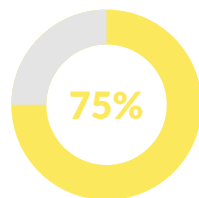
Números de Kschool

KSchool nació en 2010 con el propósito de formar a los nuevos perfiles profesionales que la Red demanda de forma constante. Nos definimos como "La escuela de los profesionales de Internet". Nuestra filosofía es formar a los profesionales del presente de manera práctica y eficaz.

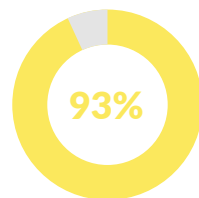
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



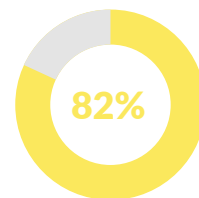
Alumnos están trabajando



Encuentra trabajo en los 12 primeros meses



Alumnos satisfechos



Recomendaría nuestros programas



Temario

Módulo 1. Analítica Digital

Qué es la analítica web. Para qué sirve la analítica web. Fundamentos de la analítica web. Metodología de base del analista web. Primeros pasos en la analítica web

Módulo 2. Objetivos y KPIs. Estrategia de un sitio web

- Establecimiento de Objetivos y KPIs.
- Tipos de sitios web y estrategias, objetivos y KPIs básicas.
- Alinear la analítica web con la estrategia de negocio.
- Talleres a resolver por el alumno:
 - Sitio de tipo comercial
 - Sitio de tipo contenidos
 - Sitio de tipo servicios
 - Sitio de tipo conseguir contactos
- Exposición de las soluciones.

Módulo 3. Google Analytics Básico

- Introducción a Google Analytics
- Cómo configurar una cuenta
- Recorrido de las pantallas básicas
- Obtención de datos

Módulo 4. Google Analytics Avanzado

- Google Analytics por dentro: Dimensiones y Métricas. ¿Cómo se trata la información en Analytics?
- Las bases de la Tracking API Javascript.
- Perfiles orientados a negocio: los filtros.
- Variables Personalizadas, sus limitaciones y sus utilidades prácticas.
- Eventos, sus limitaciones y utilidades prácticas.
- Objetivos e Ecommerce.
- Aplicaciones de Informes Personalizados.
- Aplicaciones de Segmentos Personalizados.
- Performance Marketing con Analytics: Creando test a medida de los sites.
- Exportaciones de Datos con la Export API y posibilidades.
- Segmentación Avanzada con Google Analytics

Módulo 5. Análisis cuantitativo

- Metodología para análisis cuantitativo
- Análisis de Marketing
- Análisis de Entorno
- Análisis de Conversión
- Aprender a pensar
- Ejercicios prácticos de cada análisis

Módulo 6. Análisis cualitativo

- Técnicas de investigación de mercado clásicas aplicadas en analítica web ¿Cómo hacer que los datos que recogemos nos digan qué pasa?
- Una landing no funciona, la home tiene rebote, el funnel pierde en este paso, pero... ¿por qué?
- La analítica cualitativa se vale de encuestas, entrevistas, focus group, test con usuario para entender cómo actúa el usuario, y sobre todo, por qué hace lo que hace.
- ¿A qué ha venido la visita? ¿Qué valora de nosotros? ¿Qué detesta? Google Analytics nos lo dirá.

Módulo 7. Tecnología y herramienta

- Base tecnológica de una herramienta de AW
- ¿Cómo funciona una herramienta?
- Evolución: De Logs a Tags
- Relación entre etiquetado y su traslación a variables y métricas
- Identificación del usuario
- Etiquetado básico y adhoc
- Validación de etiquetado y confianza en los datos
- Ejercicio: Validación de etiquetado en una Web
- Integración en Web Analytics
- Herramientas: Criterios de elección
- Procedimiento de un proyecto de etiquetado
- Ejercicio: Elaboración de un plan de etiquetado

Módulo 8. Excel para analistas

- Introducción al Excel
- Para qué sirve y qué nos ofrece
 - Manejo general del programa
 - Límites del programa
- Herramientas más usadas y útiles, con enfoque en la Analítica Web
 - Vínculos y Fórmulas más útiles/usables.
 - Fijación de fila y/o columnas

- Formatos condicionales
- Gráficos inmediatos. Cuáles son los más útiles/usables y qué posibilidades tienen
- Gráficos elaborados. Algunos ejemplos prácticos
- Crear plantillas/KPIs que se actualicen lo más automáticamente posible
- Atajos y Extras del Excel más usados:
 - Teclas directas
 - Uso del F4
 - Macros sencillas para hacer tareas repetitivas, etc.

Módulo 9. Adobe Site Catalyst

- Terminología básica: eventos, variables y propiedades
- Personalización de la herramienta
- Informes básicos e embudos de conversión
- Segmentos
- Uso de la API de Excel: Excel Client y Report Builder
- Segmentación avanzada: Discover

Módulo 10. Google Tag Manager

Nos introduciremos en la parte más técnica de la analítica web. Mediante una clase muy práctica y trabajando con un sitio web, aprenderemos a dar los primeros pasos para la correcta configuración de Google Analytics e implementación con el gestor de tags más usado en los principales sitios web de internet: Google Tag Manager. Al final de la clase tendrás los conocimientos necesarios para empezar a usar GTM, tanto para inserción de tags, medición de eventos, etc.

Módulo 11. API

El objetivo del módulo es conocer el funcionamiento de la API de Google Analytics, y su integración con las herramientas que usa el analista. Es un módulo con enfoque 100% práctico, donde aprenderás a automatizar tus propios reportings de métricas sobre Excel/GDocs, y cómo generar las capas de datos automatizadas para tus cuadros de mando.

Módulo 12. CRO

- Conceptos fundacionales
- Ciclo de Compra y Elementos de la conducta online
- Método científico y CRO
- Pirámide de conversión
- El Proceso de CRO de principio a fin

Módulo 13. Optimización

- Optimización del Site
- Herramientas de optimización web
- Metodología de optimización web
- Test A/B y MVT
- Interpretar resultados
- Caso práctico optimización site y exposición de las soluciones

Módulo 14. Campañas

- La publicidad on line
- Fortalezas debilidades
- Errores más comunes
- Campañas Online y su etiquetado
- Análisis campañas display / email / afiliados
- Analítica web y SEM (activación, mantenimiento y optimización)
- Optimización de las campañas
- Landing Pages
- Talleres a resolver por el alumno:
- Informes de las distintas campañas del site
- Exposición de las soluciones

Módulo 15. SEM

- Introducción a buscadores
- Configuración de Campañas
- Estructura: Campañas, Grupos de anuncios, Anuncios, Keywords
- Redacción de anuncios
- Keywords: concordancias
- Herramientas
- Seguimiento de Conversiones y Atribución
- Análisis y optimización de Campañas

Módulo 16. Dashboards y Visualización de Datos

- Google Data Studio
- Tableau
- Klipfolio

Módulo 17. Integración de Fuentes

La integración de datos de múltiples fuentes se ha convertido en un punto clave en cualquier empresa. Los datos ya no pueden estar aislados y controlados en silos. Es importante destacar que se trata de una comunicación en dos sentidos; enriquecer la analítica web/digital con otros datos internos/externos de la empresa y ayudar a que el resto de procesos incorpore datos de los activos digitales como la web, apps, etc.

Módulo 18. Estadística y analítica

El objetivo del módulo es refrescar los conceptos más básicos de la estadística aplicada a la analítica digital. El enfoque es 100% práctico, partiendo de problemas y datos reales obtenidos de Google Analytics, y mostrando las soluciones a dichos problemas aplicando técnicas descriptivas, inferenciales y predictivas. En este módulo básico trabajamos desde Excel para permitir el acceso a todos los alumnos, independientemente de su nivel de inicio.

Módulo 19. Data Mining

Exploraremos los usos y técnicas de análisis de grandes volúmenes de datos; especialmente cuando provienen de fuentes distintas, no tienen el mismo formato o estructura y son dirigidos por diferentes departamentos.

Módulo 20. Introducción al lenguaje R

Descubrirás su potencial como el más importante lenguaje estadístico, perfecto para el tratamiento y análisis de datos. Te introduciremos conceptos básicos para su manejo que complementaremos con ejercicios prácticos basados en casos reales que te permitirán comprobar por qué cada día se demandan más profesionales con conocimientos del mismo.

Módulo 21. Customer Analytics

Cuando los clientes son más inteligentes, más informados y menos leales, las empresas ya no pueden competir como lo hacían antaño. Deben usar nuevas estrategias basadas en datos para generar valor tanto para el cliente como para el dato. Necesitan, sin duda, alguna, Customer Analytics. En este módulo se revisa el concepto, en qué consiste y algunas de las principales técnicas.

Metodología y Evaluación

La filosofía de KSchool es “ponte con”, por lo que en nuestras clases tendrás que remangarte y ponerte a trabajar. Obviamente, las clases tienen un componente teórico necesario, pero una vez asimilado, tendrás que ponerlo en práctica.

El objetivo de nuestros másters es que aprendas trabajando, por lo que no tenemos exámenes finales sino Trabajo Fin de Máster en los que te obligamos a poner en práctica todo lo estudiado durante el máster además de servirte para completar tu CV con un portfolio

En el Máster de Analítica Web tendrás que hacer una consultoría de analítica digital. Un auténtico análisis de una web real con propuestas y recomendaciones basadas en datos para el cliente. **Trabajarás con webs y datos reales**, cedidos por empresas colaboradoras para que el proyecto sea lo más auténtico posible. Estas son algunas de las webs que colaboran con nosotros.

gisela

musicopolix

KSCHOOL





Gemma Muñoz
Founder & Chief Data
Officer de El Arte de Medir

Gemma Muñoz (@sorprendida), CEO de El Arte de Medir, es diplomada en informática y tiene un master en Web Analytics por la Universidad British Columbia.

Es autora de uno de los blogs de analítica digital de referencia, directora de la escuela de analítica web de KSchool y del primer máster en español sobre Analítica Web, conferenciante internacional en multitud de congresos en España y en el extranjero y forma parte de las Madrid Geek Girls.

Es coautora de varios libros: "Analítica Web en una Semana" (Gestión 2000, 2012), "El Arte de Medir" (Profit, 2011) con Tristán Elósegui y "Métricas del Marketing" (Esic, 2010) con Alejandro Doncel; ha sido reconocida como speaker española autorizada y entrenada por Google y Cardinal Path para la herramienta de Google Analytics.

En 2011 (primera vez que ocurría a nivel estatal) fue una de los cinco finalistas en los premios Awards for Excellence 2011 en la categoría "Web Analytics Rising Star", los "Oscar de la Analítica Digital"; y en 2012 fue nombrada como una de las 100 Mujeres Líderes en España la categoría de Emprendedoras e Innovadoras por Mujeres&Cia.



Antonio Pita
Head of Data Science
en Liberbank

Licenciado en Matemáticas, DEA en Álgebra, MBA, experto en Métodos Avanzados de Estadística Aplicada y Máster en Visual Analytics y Big Data. Machine Learning Spec por la University of Washington.

Tiene una amplia experiencia en el sector del Big Data y Data Science principalmente en consultoría y banca. Conferenciante en eventos sobre Big Data y galardonado en los Data Science Awards como el mejor Científico de Datos en España en 2016.



José Ramón Cajide
Digital & Big Data Analyst at El
Arte de Medir
Exalumno del Máster de Analítica Web
y Data Science KSchool

Analista Digital Senior en el Arte de Medir donde se encarga de diseñar e implantar soluciones avanzadas de analítica así como de integración con otras plataformas que permitan obtener datos de calidad para la toma de decisiones.

Es Award of Achievement in Digital Analytics por la University of British Columbia, Master en Analítica Web por KSchool y Web Analytics Master Certification por Market Motive. Está certificado en Adobe Reports and Analytics (SiteCatalyst) y en Google Analytics (GAIQ) además de ser Google Regional Trainer.



Eduardo Sánchez Rojo
Senior Analyst & Project Manager
en El Arte de Medir
Exalumno Máster Analítica Web KSchool

Informático de Grado Superior, Máster en Marketing Online (Secuoyas), Máster en Analítica Web (KSchool) y Certificado en Google Analytics (GAIQ). Desde 2011 formo parte del equipo de El Arte de Medir después de estar dirigiendo mi consultora tecnológica de negocio durante más de 10 años. Ahora en El Arte de Medir, apporto mi experiencia técnica, y una visión muy sólida de lo que representa un proyecto online.



Natzir Turrado
Consultor SEO, CRO y Analista
Web

JConsultor independiente de SEO, CRO y Analítica Digital trabajando para grandes cuentas.

Fundador de la consultora FunnelPunk donde ayudan en el crecimiento y desarrollo digital de grandes marcas (nacionales e internacionales).

Le encanta la formación y por ello cuando le queda tiempo es profesor de masters y posgrados en diversas escuelas de negocio y es ponente en los principales congresos del país.

En cuanto a su formación es Ingeniero Técnico en Informática de Sistemas, tiene un Máster en Marketing Online y Comercio Electrónico y un Posgrado en Analítica Web.

Puedes leerle en su blog, en DoctorMetrics y en elEconomista.



Gema Mora
Responsable de Analítica Digital en
Iberia
Exalumna del Curso de R y el Programa de
CRO KSchool

La trayectoria profesional de Gema en Internet comenzó hace 17 años, su actividad ha estado ligada al marketing online como responsable del proyecto Internet de Planeta Fortuna para Altadis y Cortefiel, y está enfocada en la Analítica Web desde hace 7 años para empresas como Carrefour Online, Vocento e Iberia donde actualmente es responsable de Analítica Web.

Gema tiene estudios de Informática por la Universidad Politécnica de Madrid, posee un Master Executive in Relational Marketing, CRM and e-Commerce por ESIC-ICEMD y el Award of Achievement in Web Analytics por la Universidad British Columbia. Es ponente regular en eventos de analítica web y marketing online y colabora como docente en diversas escuelas de negocio.



Miguel López
Director Marketing
Online Valencia

Director de la agencia de marketing digital MOV Marketing, es autor de "Libro SEO: Posicionamiento en buscadores" y Director del Congreso SEO Profesional. Durante su carrera profesional ha trabajado para empresas como Carrefour, Lubasa, LIDL, y agencias como AGR, Engloba, VG Agencia Digital, y para PYMEs del sector farmacéutico, medicina, seguros, moda y docenas de e-commerce. Desde su creación en 2011 es Director del Master SEO+SEM de KSchool



Jorge Llorente
Analista Digital en El Arte de Medir
Exalumno Máster Analítica Web KSchool

Soy licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid.

Desarrollé los primeros compases de mi carrera profesional en KSchool, donde compaginé durante cuatro años la labor de responsable académico con el apoyo al área de marketing en la planificación y ejecución de las campañas, así como su posterior medición y optimización.

Actualmente trabajo como analista digital en El Arte de Medir, donde mi labor consiste en escuchar las historias que los datos cuentan para poder extraer su valor y transformarlos en conocimiento. Entre las funciones que desempeño destaca la conceptualización, diseño y automatización de dashboards, en función del modelo de negocio de cada cliente, a través de los cuales poder transmitir las pertinentes recomendaciones orientadas a la toma de decisiones.



Juanfra Cózar
Marketing y Diseño Gráfico en Zailand
Exalumno Máster Analítica Web KSchool

Mi formación y experiencia profesional inicial es en diseño gráfico y dentro de la industria textil. Desde 2006 trabajo en el dpto. de marketing de una empresa dentro del sector retail. Comencé con el diseño de packaging, producto y campañas, pero la importancia de medir la efectividad de mi trabajo para optimizarlo me llevó a dividir mi tiempo entre software de diseño, ERP/CRM y muchísimo Excel. Continuamente formándome en E-commerce, SEO/SEM, Usabilidad...

Máster de Analítica Web en KSchool (2014 Edición VII de Madrid)



Héctor Ferrer
Digital Analyst en IKEA Group
Exalumno Máster Analítica Web KSchool

Con estudios en Ingeniería Informática empecé trabajando como programador para dar cuenta unos años después que no era lo que me gustaba. Finalmente descubrí la Analítica Web gracias a haber descubierto primero el SEO.

Ahora trabajo como Analista Digital (ya que no solo de webs vive el hombre) en DBI empresa que forma parte del Grupo Havas, trabajando día a día con Google Analytics y Adobe Analytics.

Me gusta involucrarme en nuevos proyectos e ir aplicando todo lo aprendido hasta la fecha a ellos. La Analítica Web, las Redes Sociales y las nuevas tecnologías son mis entretenimientos diarios. Me declaro fan incondicional de los Tag Managers (GTM, DTM, OTM, Tealium...). Me encanta la playa, sea verano o sea invierno.



Laura Cloquell
CMO en Sportmaniacs
Exalumna Máster Analítica Web KSchool

Empecé en el mundo de la producción audiovisual para televisión y ficción. Al empezar la crisis yo inicié la mía propia y decidí cambiar mi vida y mi profesión, dar un vuelco total. Desde siempre me habían gustado los números y resultó que estar viendo números y analizándolos podía formar parte de mi vida diaria. No lo cambiaría por nada.



María José Valor
Directora de Marketing Digital en Mapelor
Exalumna Máster Analítica Web KSchool

Licenciada en Ciencias Económicas. Comenzó trabajando en banca y a los pocos años lo deja para entrar en la empresa privada como socia y administradora en varias empresas dedicadas a servicios mediamientales y construcción. En 2011 cursa el Máster de AW de Kschool y obtiene la certificación en Google Analytics.

Como profesional independiente ha gestionado varias tiendas online y webs de pymes asesorándolas en la mejora de su presencia en Internet.

Actualmente forma parte del equipo de La Pajarita de Mapelor como Directora de Marketing Digital.



Julio Pomar
Responsable de Analítica en ABC.es
Exalumno Máster Analítica Web KSchool

Responsable de Analítica en ABC.es. Anteriormente, consultor de Analítica Digital en DBi del grupo Havas Media, con proyectos de análisis, implementación y optimización en clientes de automoción, medios y ecommerce.

Apasionado de acompañar a clientes en sus procesos integrales de desarrollo digital, así como en ayudar a entender y accionar sus datos.



Javier Riestra

Digital Analyst en IKEA
Exalumno Máster Analítica Web
KSchool

Analista con más de 5 años de experiencia en el sector digital. Ex-alumno del Máster de Analítica Web de KSchool, ha trabajado como consultor SEO y de Redes Sociales y más recientemente como Analista Digital en El Arte de Medir.

Su experiencia como analista de agencia mle ha permitido trabajar con clientes de distintos sectores, con objetivos y necesidades muy diversas, desarrollando análisis y cuadros de mando personalizados. Esto le ha ayudado a tener una visión muy estratégica del papel que juega la medición dentro de cualquier negocio con presencia online.



Anita Álvarez Cufari

Digital Analyst en IKEA Group
Exalumno Máster Analítica Web KSchool

Estudiando Creatividad aprendió a pensar diferente. En las agencias de publicidad, lo puso en práctica en grandes proyectos internacionales. Hoy, todo lo aprendido y vivido se convierte en estrategias y en campañas para sus clientes. Además, lo transmite en las colaboraciones para prensa y en sus clases y ponencias sobre Storytelling, Estrategia, Comunicación, Branding, procesos creativos y Redes Sociales. Y todo siempre se ha tratado de las marcas, de la creatividad, de las ideas. Por eso Anita, es @anitaideas.



José Emeterio

**Responsable departamento SEO en
Human Levels Communications**

Es Responsable del departamento de Search Marketing en Human Level Communications desde 2011, encargándose de la supervisión y definición de las estrategias de los proyectos del departamento. Realiza la mayoría de las revisiones técnicas de los proyectos y el soporte en la implementación de las recomendaciones SEO técnicas aprovechando sus conocimientos como Ingeniero Informático.

Desde su puesto ha llevado a cabo campañas de posicionamiento en buscadores en sitios web como el Portal oficial de turismo de España, elEconomista o Pikolinos.

Además es Google Analytics Qualified, certificación de experto en analítica web con Google Analytics.

Lo más importante



Duración: 200h
Viernes, de 17h a 22h
Sábados, de 9h a 14h



Bonificable a través de la
fundación estatal para la
formación en el empleo



Precio:
5.995 €



Formas de pago:
- Pago único **(5%dto)**
- Pago fraccionado



Próximamente



Idese Formación
C/ Marqués de Zenete, nº 18,
46007 - Valencia

Dicen de nosotros:



Marta Cámara

Data Science & Negocio en EURO 6000

1ª ed. Máster de Data Science

"El máster me está ayudando mucho en mi carrera profesional porque me está abriendo un amplio campo de posibilidades y conocimientos."



Juanfra Cózar

Marketing y Diseño Gráfico en Zailand

7ª ed. Máster en Analítica Web

"De KSchool destacaría su método práctico "ponte con". Con el proyecto individual con webs reales aprendes una barbaridad."



Rhea Moufarrej

UX Designer en Barrabés Meaning

6ª ed. Máster en Usabilidad y Experiencia de Usuario

"El Máster de UX me ha aportado mucho en mi carrera profesional y mi vida personal. Gracias a KSchool, tuve la suerte de conocer a los mejores profesionales del sector que han podido contribuir a mi crecimiento profesional en la industria."



Albert Riera

Owner and Project Manager at Reactiva UX/UI Consultant

1ª ed. Máster en SEO-SEM Profesional

"Destacaría la excelente calidad de sus profesores, modelo de estudio y profundidad de temario. KSchool es muy buen sitio donde hacer contactos, encontrar socios, oportunidades de negocio y en definitiva generar networking de calidad."



Álvaro Peñalba

Digital Marketing en Cross Nutrition

9ª ed. Máster Técnicas de Marketing Online

"Para gente como yo que no había tenido gran experiencia en el ámbito del Marketing Online, este Máster es perfecto para introducir la cabeza dentro de este enorme mundo."



Víctor Gutiérrez

Consultor SEO SEM & Diseño web, in-house freelance

8ª ed. Máster en SEO-SEM Profesional

"Elegi Kschool porque me lo recomendó un antiguo alumno de kschool y algunos conocidos profesionales del sector. Si realmente quieres dar un salto de calidad en tus conocimientos o poder aportar valor a las páginas web de tus clientes, es imprescindible una formación optima "

Manifiesto

Si el sistema no está preparado para darnos el conocimiento que necesitamos lo vamos a conseguir por nuestra cuenta • Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer • Si dependemos de nosotros mismos, vamos a pensar por nosotros mismos • No queremos, ni podemos sentarnos a esperar a que alguien se fije en nosotros • No hay ningún mapa. Debemos hacer nuestro camino, y es un camino que muchas veces no ha sido explorado, pavimentado, ni señalizado • Nuestro conocimiento es la clave de nuestro desarrollo personal y profesional • Todo el mundo tiene algo que enseñar. Queremos aprender todos de todos • En el mundo del conocimiento, cuanto más se comparte más se tiene • Lo que aprendemos es lo que practicamos • Especializarse es ponerle un apellido a nuestra profesión. Es echarle especias a nuestro ingrediente principal • Queremos construirnos un futuro fuera del rebaño. Para eso vamos a pensar y hacer las cosas de forma diferente • No vamos a seguir instrucciones a ciegas, no vamos a ser pelotas, no vamos a mantener la cabeza agachada. Esas formas no van con nosotros • Vamos a estar siempre en movimiento. No vamos a parar de movernos. Somos inquietos y nos gusta ser así • Como queremos resultados diferentes, vamos a hacer las cosas de forma diferente • Las pirámides son monumentos funerarios. Nos divierte verlas en los libros de historia, no sufrirlas en nuestro trabajo • Nuestro mercado no es el de los empleos. Es el de las oportunidades • Queremos colaborar con nuestras empresas a generar ingresos, no queremos tener un simple empleo • Queremos avanzar elaborando mejores recetas, no cocinando más • Queremos poner vida a los años, no solo años a la vida • Somos mucho más que un perfil y unas competencias. Somos algo más que las hojas de nuestro CV • Queremos levantarnos con ilusión los próximos 40 años. Queremos hacer las cosas con pasión, cariño y humanidad.

www.kschool.com