

Máster de Analítica Web

42^a edición



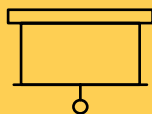
Inicio
22/11/19



180 h.



5.495 €



Presencial
25 plazas



Málaga
Madrid
Barcelona
Valencia



Bolsa de
empleo



KSCHOOL

www.kschool.com

Máster de Analítica Web

42ed.

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.

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.

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. Metodologías y Análisis

Módulo 4. Google Analytics Básico

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

Módulo 5. 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 6. Tecnología y herramienta

- Base tecnológica de una herramienta de Analítica Web
- ¿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 7. Google Tag Manager + Firebase

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 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. Análisis cuantitativo

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

Módulo 10. Modelos de atribución e inteligencia competitiva

Módulo 11. Dashboards y Visualización de Datos

- Google Data Studio
- Tableau
- Power BI

Módulo 12. 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 13. 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 14. 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 15. 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
- SEO
- RRSS

Módulo 16. 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 17. 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 18. 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 19. Mobile

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. 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 22. Big Query

Módulo 23. 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.

Profesores

Directora del Máster Analítica Web



Gemma Muñoz

Founder & Chief Data Officer de El Arte de Medir



Gema Mora

Responsable de Analítica Digital en Iberia
Exalumna Máster Analítica Web



Jorge Llorente

Analista Digital en El Arte de Medir
Exalumno Máster Analítica Web



Gabriel Gallego

Analista Digital en El Arte de Medir
Exalumno Máster Analítica Web



Natzir Turrado

Consultor SEO, CRO y Analista Web



Eduardo Sánchez

Senior Analyst & Project Manager en El Arte de Medir
Exalumno Máster Analítica Web



Francisco Gallego

Head of Digital Analytics en Unidad Editorial



Carlos Molina

CEO Tidart Internet Services



José Ramón Cajide

Digital & Big Data Analyst at El Arte de Medir
Exalumno Máster Analítica Web y Data Science



Roberto Ballester

Senior Digital Analyst en Divisadero



Ana Duato

CTO & Head analytics engineer at El Arte de Medir
Exalumna de KSchool



Lucía Verbo

Project Manager en Bufete de Marketing



Ana Soplón

Digital Marketing Analyst en Banco Santander



Txema Fernández Fiaño

Big Data & Data Engineer en El Arte de Medir
Exalumno KSchool



Ricardo Tayar

CEO & Founder en Flat101



Julio Pomar

Responsable de Analítica en ABC.es
Exalumno Máster Analítica Web

Calendario

INICIO
del máster

22 Noviembre

FIN
del máster

9 Mayo

Presentación
TFM

22/23 Mayo

Noviembre 2019

| L | M | X | J | V | S | D |
|----|----|----|----|-----------|-----------|----|
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |

Diciembre 2019

| L | M | X | J | V | S | D |
|----|----|----|----|-----------|-----------|----|
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | | | | | |

Enero 2020

| L | M | X | J | V | S | D |
|----|----|----|----|-----------|-----------|----|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | | | | | |

Febrero 2020

| L | M | X | J | V | S | D |
|----|----|----|----|-----------|-----------|----|
| | | | | | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | |

Marzo 2020

| L | M | X | J | V | S | D |
|----|----|----|----|-----------|-----------|----|
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | | | | | |

Abril 2020

| L | M | X | J | V | S | D |
|----|----|----|----|-----------|-----------|----------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | | | | | | |

Mayo 2020

| L | M | X | J | V | S | D |
|----|----|----|----|----------|----------|----|
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

Inscripción y precio



Precio: **5.495 €**

1°. RESERVA DE PLAZA

500 €*

2°. OPCIONES DE PAGO



Pago único
-5% de descuento

2 cuotas
de 2.497,50 €**
sin intereses

Hasta
5 cuotas
de 1.026,48 €**

Todos nuestros cursos son **bonificables a través de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE, antigua FUNDACIÓN TRIPARTITA)**.

Si estás interesado coméntanoslo al hacer tu inscripción. Desde KSchool nos encargamos de la gestión para cursos o masters de más de 60 horas.

**¡Bonifica
a través de
FUNDAE!**

*Los 500 € de la reserva de plaza están incluidos en el precio del máster. El pago de **la reserva de plaza será íntegramente reembolsado hasta 15 días antes del comienzo del curso** si finalmente decides no realizarlo.

** Los plazos son mensuales, a partir del mes de comienzo del curso. Los pagos fraccionados se abonarán mediante recibo domiciliado o transferencia entre el día 5 y el día 12 de cada mes.

Cómo lo hacemos

La **filosofía de KSchool**, es “**ponte con...**” esto quiere decir, que te vas a tener que remangar y ponerte a trabajar.

Nuestro modelo de formación LEAN, te va a permitir practicar todo lo que aprendes. **En KSchool adaptamos el concepto LEAN a la formación.** Apostamos por esta filosofía de formación LEAN, desarrollando un formato de cursos con la esencia del conocimiento y la práctica en cada materia.

Esto garantiza una máxima especialización y empleabilidad. Esta filosofía de formación nos permite desarrollar cursos muy especializados, sin más horas de las necesarias. El resultado: **el alumno no paga de más por horas improductivas**, y puede poner a trabajar sus nuevas habilidades y conocimientos en el menor tiempo posible.

Apoyo profesional y empleo

En KSchool nos gusta definirnos como una escuela de oficios digitales y una de nuestras principales misiones es ayudar a encontrar empleo a aquellos que buscan reciclarse o acceder a un nuevo sector.

Nuestra tasa de empleabilidad es del 96 %. Prácticamente la totalidad de los alumnos que pasan por nuestras aulas consiguen un empleo.

Orientación para el empleo

Terminando el máster organizamos una sesión de orientación para el empleo para que puedas conocer las oportunidades que te brinda tu nueva profesión. Te pondremos en contacto con firmas de recruiting y head hunting para que te ayuden a alcanzar tus objetivos profesionales.

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

Te damos acceso a nuestra plataforma de empleo, donde más de 1.200 empresas registradas buscan de forma habitual perfiles digitales formados en KSchool. Al año recibimos más de 750 ofertas de empleo para todo tipo de perfiles y experiencia. En total hemos gestionado en KSchool más de 6.700 ofertas de empleo a lo largo de nuestros años de funcionamiento.

Networking

Como antiguo alumno tendrás acceso en exclusiva a eventos y seminarios organizados por KSchool. Además tendrás un 10% de descuento en cualquiera de los cursos de KSchool para cuando quieras seguir formándote.

Testimoniales



María Mainar

Digital Strategyl & Growth en ING Nederland

“El máster de Analítica me abrió muchas puertas y mi experiencia fue muy positiva”



Caterina Jover

Digital Marketing Analytics en Accenture Interactive

“Este máster me ha ofrecido la oportunidad de dar un giro a mi carrera laboral, y sentar unas bases muy sólidas para mi desarrollo profesional dentro del sector. En mí día a día, sigo consultando temario del máster.”



Eva Beltrán

Analista Digital y CRO en BYHOURS

“El Máster de Analítica Web de KSchool me ha permitido dar ese giro profesional que buscaba cuando empecé el máster y gracias a él puedo trabajar como analista.”



Juanfra Cortázar

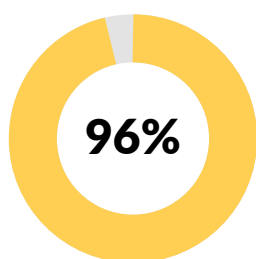
Marketing y Diseño Gráfico en Zailand

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

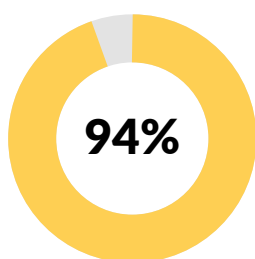
Números de KSchool

Nos pusimos en marcha 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”.

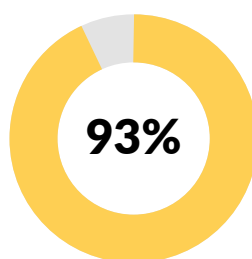
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



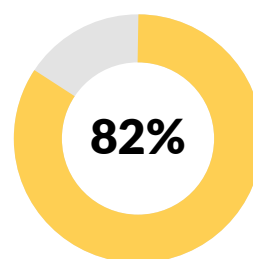
**Alumnos están
trabajando**



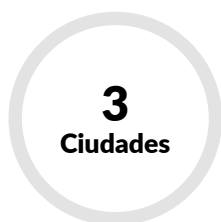
**Encuentra trabajo
en los 12
primeros meses**



**Alumnos
satisfechos**



**Recomendaría
nuestros
programas**



**Empresas registradas en
nuestra Bolsa de Empleo**



**Ofertas de empleo
gestionadas**

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.

Contacto

No te quedes con dudas. Si tienes alguna pregunta ponte en contacto conmigo, ¡estaré encantada de ayudarte!

LORENA DE LA BALSA

👤 Responsable del Máster de Analítica Web

✉ lorena.balsa@kschool.com

☎ 91 577 83 41

INFORMACIÓN KSCHOOL

✉ info@kschool.com

☎ 91 577 83 41