

## **FICHA DE ASIGNATURA**

**Título:** Métricas de Rendimiento y Herramientas de Analítica Web

**Contextualización:** La analítica web es la medición, procesamiento, análisis y reporte del tráfico de internet para entender y optimizar el uso de un sitio web. La analítica web no trata de medir el tráfico de nuestro sitio web, sino de entenderlo y analizarlo para realizar mejoras en el sitio y, finalmente, conseguir los objetivos que nos hemos establecido para nuestro sitio web, ya sea una ecommerce, una página corporativa, un portal publicitario o una red social. Para lograr este objetivo procederemos a analizar las métricas más importantes, lo que nos dará una visión del comportamiento tanto de nuestros clientes como del potencial, métricas que han de estar alineadas con los indicadores de rendimiento elegidos que nos permitan monitorizar toda la actividad de marketing digital por medio de la analítica.

**Carácter:** Obligatoria

**Créditos ECTS:** 6

**Modalidad:** Online

**Temario:**

- Analítica web, indicadores SEO y SEM.
- Analítica de Redes Sociales y monitorización de palabras clave.
- Análisis de conversión de tráfico hacia la página web.
- Análisis de interacciones con la marca.
- Selección y análisis de las métricas de rendimiento.
- Seleccionar entre las diferentes opciones tecnológicas y analizar las métricas de rendimiento.

**Competencias:**

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo..

**Competencias específicas de especialidad:**

CE03 - Integrar los sistemas de información de marketing y de los sistemas de inteligencia comercial.

CE06 - Explotar las ventajas del uso de estrategias y técnicas de Social Media Marketing, Search Engine Marketing, Publicidad de Display en Internet y Marketing de Afiliación.

CE07 - Evaluar los resultados de las campañas de marketing digital mediante tests de optimización.

CE08 - Mejorar la reputación de la empresa y su comunicación con los diferentes grupos de interés por medio de las redes sociales.

CE09 - Seleccionar entre las diferentes opciones tecnológicas vinculadas al desarrollo de la actividad propia del departamento de marketing.

CE10 - Seleccionar entre las diferentes opciones de comercializar los productos en base a las herramientas digitales disponibles en el mercado.

CE11 - Extraer información del análisis de las métricas de control de rendimiento de las acciones de marketing digital.

CE12 - Segmentar las campañas de marketing digitales orientadas al consumidor digital mediante plataformas y herramientas digitales adecuada.

CE13 - Identificar los factores más influyentes en el comportamiento de compra los consumidores digitales.

CE14 - Actuar en base a los principios éticos y las responsabilidades legales del ejercicio profesional en un contexto de marketing digital y análisis de datos.

**Actividades Formativas:**

<b>Actividad Formativa</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad</b>
Clases expositivas	12	100
Sesiones con expertos en el aula	4	100
Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales	4	0
Estudio y seguimiento de material interactivo	6	0
Clases prácticas	14	100
Prácticas observacionales	6	0
Actividades de seguimiento de la asignatura	6	0
Tutorías	15	30
Lectura, análisis y estudio del material de la asignatura	35	0
Lectura, análisis y estudio del material complementario	15	0
Desarrollo de actividades del portafolio	25	0
Trabajo cooperativo	6	0
Prueba objetiva final	2	100

**Metodologías docentes:**

- Lección magistral
- Lección magistral participativa
- Debate crítico
- Observación
- Seguimiento
- Estudio de casos
- Resolución de problemas
- Trabajo Cooperativo
- Diseño de proyectos
- Monitorización de actividades del alumnado
- Revisión bibliográfica

**Sistema de Evaluación:**

<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Ponderación Mínima</b>	<b>Ponderación Máxima</b>
Evaluación de portafolio	40.0	60.0
Evaluación de la prueba.	40.0	60.0