



COM /Comercio y Marketing

Posicionamiento en la red

M315

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.

Tema 1. Introducción a la analítica web

- 1.1 ¿Qué es la analítica web? y ¿cómo medimos usuarios?
- 1.2. ¿Por qué una empresa debe invertir en analítica web?
- 1.3 El perfil del analista web

Tema 2. Cuadro de mando e interpretación de datos

- 2.1 ¿Qué es un cuadro de mando?
- 2.2 El cuadro de mando de Google Analytics
- 2.3 Variables del cuadro de mando

Tema 3. Analítica web y buscadores

- 3.1 Definición de estrategia SEO
- 3.2 El keyword set
- 3.3 Optimización on site: ordenar para los buscadores
- 3.4. Optimización off site: el arte de seguir enlaces buenos
- 3.5 Optimizar el contenido para los buscadores y medición de avances en SEO

Tema 4. Métricas para redes sociales y fidelización

- 4.1 ¿Se pueden medir las conversaciones?
- 4.2 Midiendo la reputación, la popularidad, y la influencia
- 4.3 Midiendo acciones en Blogs
- 4.4 Conocer los gustos de los seguidores en redes sociales
- 4.5 Aplicaciones y widgets: Cómo medir su efecto
- 4.6 Tipología de usuarios en Internet y efectos de su fidelización
- 4.7 Generar una comunidad

Tema 5. Del ROI al poder de las relaciones

- 5.1 Del ROI al IOR
- 5.2 Cómo aumentar la autoridad y la influencia de nuestra marca
- 5.3 Aumentar la participación con nuestra marca 5.4. Cómo aumentar el tráfico de la marca

Tema 6. Uso de Google Analytics

- 6.1 Configuración de Google Analytics
- 6.2 Página principal de Google Analytics
- 6.3 Menú lateral de informes
- 6.4 Panel de control
- 6.5 Métricas básicas