



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS DIGITALES: MEDICIÓN, INTERPRETACIÓN Y TOMA DE DECISIONES



FORMACIÓN PERMANENTE



WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el **Curso de Analítica Web y Métricas Digitales: Medición, Interpretación y Toma de Decisiones** de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que desean dominar el análisis de datos como herramienta estratégica en el entorno digital actual.

A lo largo del programa, abordarás desde los fundamentos de la medición digital y la configuración avanzada de Google Analytics 4 hasta el diseño de dashboards en Looker Studio, modelos de atribución, analítica en redes sociales y técnicas de optimización de la tasa de conversión. También profundizarás en analítica avanzada con estadística aplicada, modelos predictivos e inteligencia artificial, así como en las tendencias emergentes del sector, incluyendo la analítica en entornos cookieless y el server-side tracking.

Al finalizar, contarás con las competencias necesarias para transformar datos en decisiones estratégicas, optimizar campañas multicanal y liderar la cultura data-driven en cualquier organización. Una formación integral que potenciará tu perfil profesional en uno de los ámbitos con mayor demanda del mercado digital.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos de la analítica web identificando sus fases, marcos de medición y normativas aplicables.
- ✓ Diferenciar métricas, KPIs y dimensiones seleccionando indicadores relevantes según cada modelo de negocio digital.
- ✓ Implementar y configurar Google Analytics 4 gestionando eventos, conversiones y vinculaciones con otras plataformas.
- ✓ Dominar herramientas complementarias de análisis incorporando soluciones cualitativas, de testing y de inteligencia competitiva.
- ✓ Analizar el tráfico, las conversiones y los modelos de atribución diagnosticando puntos de fuga y oportunidades de optimización.
- ✓ Diseñar dashboards e informes estratégicos aplicando principios de visualización y narrativa de datos persuasiva.
- ✓ Aplicar técnicas estadísticas y de inteligencia artificial desarrollando modelos predictivos sobre audiencias y rendimiento digital.
- ✓ Fundamentar la toma de decisiones basada en datos elaborando planes de acción, experimentación y mejora iterativa.



1: FUNDAMENTOS DE LA ANALÍTICA WEB Y EL ECOSISTEMA DE MEDICIÓN DIGITAL

- 1.1. Definición, alcance y evolución histórica de la analítica web como disciplina profesional
- 1.2. El ciclo completo de la medición digital: recopilación, procesamiento, análisis y acción
- 1.3. Modelos de negocio digitales y su relación con la estrategia de medición
- 1.4. El marco de planificación de medición digital: metodología para la definición estratégica
- 1.5. Cultura data-driven en las organizaciones: barreras, facilitadores y buenas prácticas
- 1.6. Marco legal y ético de la recopilación de datos digitales

2: MÉTRICAS FUNDAMENTALES E INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPIs) EN EL ENTORNO DIGITAL

- 2.1. Diferenciación conceptual entre métricas, KPIs, dimensiones y segmentos
- 2.2. Métricas de adquisición de tráfico: fuentes, canales y medios de captación
- 2.3. Métricas de comportamiento del usuario en el sitio web
- 2.4. Métricas de conversión y rendimiento económico
- 2.5. Métricas de fidelización y retención de usuarios
- 2.6. Criterios para la selección de KPIs relevantes según el tipo de proyecto digital
- 2.7. Errores frecuentes en la definición e interpretación de métricas digitales



3: IMPLEMENTACIÓN, CONFIGURACIÓN Y ARQUITECTURA DE GOOGLE ANALYTICS 4

- 3.1. Arquitectura de Google Analytics 4: cuentas, propiedades y flujos de datos
- 3.2. Proceso de implementación de Google Analytics 4 en un sitio web
- 3.3. Configuración de eventos en Google Analytics 4
- 3.4. Configuración de conversiones y objetivos de medición
- 3.5. Ajustes avanzados de la propiedad: filtros, exclusiones y configuración de informes
- 3.6. Audiencias personalizadas: creación, segmentación y activación para remarketing
- 3.7. Vinculación de Google Analytics 4 con otros productos del ecosistema Google

4: HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS DE RECOPIACIÓN, GESTIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS WEB

- 4.1. Panorama general de herramientas de analítica digital más allá de Google Analytics
- 4.2. Google Tag Manager como plataforma central de gestión de etiquetas
- 4.3. Herramientas de analítica cualitativa y mapas de calor
- 4.4. Herramientas de testing y experimentación digital
- 4.5. Plataformas de inteligencia competitiva y benchmarking digital
- 4.6. Customer Data Platforms (CDPs) y su relación con la analítica web integrada



5: ANÁLISIS DEL TRÁFICO WEB: ADQUISICIÓN, SEGMENTACIÓN Y COMPORTAMIENTO DE AUDIENCIAS

- 5.1. Análisis de los canales de adquisición de tráfico y su rendimiento comparado
- 5.2. Informes de adquisición en Google Analytics 4: estructura e interpretación
- 5.3. Segmentación avanzada de audiencias para el análisis en profundidad
- 5.4. Análisis del comportamiento del usuario dentro del sitio web
- 5.5. Informes de exploración en Google Analytics 4
- 5.6. Interpretación contextualizada de los datos: estacionalidad, anomalías y factores externos

6: ANÁLISIS DE CONVERSIONES, MODELOS DE ATRIBUCIÓN Y OPTIMIZACIÓN DEL EMBUDO

- 6.1. Definición, tipología y jerarquización de conversiones en un proyecto digital
- 6.2. Diseño, configuración y análisis de embudos de conversión
- 6.3. Modelos de atribución: fundamentos y tipología
- 6.4. Análisis comparativo de modelos de atribución para la toma de decisiones presupuestarias
- 6.5. Rutas de conversión multicanal y análisis de contribución asistida
- 6.6. Optimización de la tasa de conversión (CRO): metodología y proceso sistemático



7: ANALÍTICA DE CONTENIDOS, EXPERIENCIA DE USUARIO Y RENDIMIENTO TÉCNICO DEL SITIO

- 7.1. Métricas clave para la evaluación del rendimiento de contenidos digitales
- 7.2. Análisis del rendimiento de contenidos según su tipología y formato
- 7.3. Integración de datos de Search Console para el análisis de rendimiento SEO
- 7.4. Analítica de la experiencia de usuario (UX) mediante datos cuantitativos y cualitativos
- 7.5. Core Web Vitals y métricas de rendimiento técnico del sitio web
- 7.6. Relación entre rendimiento técnico, experiencia de usuario y métricas de conversión

8: ANALÍTICA EN REDES SOCIALES Y MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO EN CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL

- 8.1. Marcos de medición específicos para redes sociales: alcance, engagement y conversión social
- 8.2. Herramientas de analítica social: plataformas nativas y soluciones de terceros
- 8.3. Medición del rendimiento de campañas de social ads
- 8.4. Medición del rendimiento de campañas de email marketing
- 8.5. Analítica de campañas de publicidad en buscadores (SEM) y display programático
- 8.6. Visión integrada del rendimiento multicanal: dashboards unificados y análisis cross-channel



9: VISUALIZACIÓN DE DATOS, CONSTRUCCIÓN DE DASHBOARDS Y ELABORACIÓN DE INFORMES ESTRATÉGICOS

- 9.1. Principios fundamentales de la visualización de datos aplicados a la analítica digital
- 9.2. Google Looker Studio como herramienta principal de dashboarding
- 9.3. Otras herramientas de visualización y reporting: Power BI, Tableau y alternativas
- 9.4. Diseño estratégico de informes según el perfil del destinatario
- 9.5. Automatización de informes y sistemas de alertas basados en umbrales de rendimiento
- 9.6. Narrativa de datos (data storytelling): comunicar hallazgos de forma persuasiva y accionable

10: ANALÍTICA AVANZADA: TÉCNICAS ESTADÍSTICAS, PREDICCIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA

- 10.1. Fundamentos estadísticos esenciales para el análisis de datos digitales
- 10.2. Análisis de series temporales y detección de tendencias en datos web
- 10.3. Segmentación avanzada mediante técnicas de clustering
- 10.4. Modelos predictivos aplicados a la analítica web
- 10.5. Inteligencia artificial y machine learning en el ecosistema de analítica digital
- 10.6. Exportación de datos a BigQuery y análisis mediante SQL para grandes volúmenes de información



11: TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS: DEL ANÁLISIS A LA ACCIÓN ESTRATÉGICA

- 11.1. El proceso de toma de decisiones data-driven en organizaciones digitales
- 11.2. Traducción de insights analíticos en recomendaciones estratégicas accionables
- 11.3. Asignación y optimización del presupuesto de marketing basada en datos de rendimiento
- 11.4. Ciclo continuo de medición, experimentación y optimización iterativa
- 11.5. Gobernanza del dato y calidad de la información analítica
- 11.6. Casos prácticos integradores de toma de decisiones basada en analítica web

12: TENDENCIAS EMERGENTES, FUTURO DE LA ANALÍTICA DIGITAL Y DESARROLLO PROFESIONAL DEL ANALISTA

- 12.1. El futuro de la medición digital en un entorno sin cookies de terceros
- 12.2. Privacy-first analytics: plataformas y enfoques centrados en la privacidad del usuario
- 12.3. Integración de la analítica web con ecosistemas de datos empresariales
- 12.4. Impacto de la inteligencia artificial generativa en la práctica profesional de la analítica
- 12.5. Competencias profesionales y perfil del analista digital en el mercado actual
- 12.6. Construcción de una práctica profesional sólida: ética, rigor analítico y aprendizaje continuo



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

