



**disruptive**  
digital  
education

# marketing analytics foundations

workshop

Madrid

# marketing analytics foundations

Diseñado por profesionales en Marketing, Comunicación y Analítica, que trabajan en el sector nacional e internacional

## SOBRE EL WORKSHOP

El componente analítico es valorado cada vez más en el mercado laboral. La capacidad de integrar datos de tráfico con el comportamiento de los usuario en las páginas web y aplicaciones es esencial para las empresas que desean obtener resultados.

Los profesionales de estas posiciones de trabajo serán responsables de la construcción de mecanismos y contar historias a través de cantidades masivas de información generados por las empresas. En los equipos de marketing, será el encargado de la conexión de múltiples plataformas, optimizar la experiencia del cliente, optimizar la adquisición de tráfico y guiar a las empresas a nuevos mercados. El objetivo de este workshops es formar a los recién graduados con los conocimientos más importantes para la extracción, análisis de datos y la unidad del área digital con alta demanda en el mercado actual.

### DURACIÓN TOTAL

8h - Clases Teóricas / Prácticas + Proyecto

### NOTA

Plazas limitadas

### REQUISITOS

- Edad mínima 18 años.
- Conocimientos generales de comunicación y marketing digital.

### PERFIL

- Responsables de Marketing y Comunicación.
- Project Managers.
- Social Media Managers.
- Community Managers.
- Bloggers.
- Sociólogos y antropólogos.
- Autónomos.
- Profesionales que tengan curiosidad por conocer las herramientas de Marketing Analytics.

## OBJETIVOS

-Descubrir la importancia de las métricas y analíticas dentro de la campañas digitales y como ayudan a implementar mejoras en los proyectos tanto existentes como futuros.

-Aprender a seleccionar los datos interesantes acordes a la estrategia pre-diseñada y a los insights de cada campaña, qué medir, y cómo medir.

-Implementar y operacionalizar herramientas de Data-Driven Analytics.

-Desarrollar competencias para optimizar plataformas e inversiones.

-Analizar y extraer datos de proyectos analíticos para tomar acciones medibles y objetivas.

-Decidir, en base a esos datos, nuevas estrategias, enfoques y mejoras en las campañas digitales.

-Obtener el Certificado de Google Analytics.

## APRENDER HACIENDO

El workshop tiene un enfoque práctico basado en la premisa de que la mejor forma de aprender es haciendo, para conseguirlo, se trabajará en el planteamiento de soluciones para un proyecto real del que los alumnos recibirán un briefing,

materiales de trabajo y serán guiados en la búsqueda de estas soluciones por profesionales en activo del sector de la UX que participarán en el desarrollo del workshop.

## PROGRAMA

### 1. Introducción a la analítica web ¿qué es y cómo aplicarla a mi proyecto?

- › Bases de la analítica digital
- › Definición de objetivos & métricas de negocio
- › Interfaz, organización y estructura de GA

### 2. Septup, gestión de vistas y usuarios. Instala y gestiona la plataforma

- › Gestión eficientes de perfiles
- › Roles de usuario
- › Filtros en Google Analytics, expresiones regulares

### 3. Informes y análisis básicos. 4 perspectivas sobre los datos

- › Métricas y dimensiones. Combinaciones
- › Informes de audiencia, adquisición, comportamiento y conversiones

### 5. Análisis de conversiones. Mide Objetivos adaptados a tu proyecto

- › Definición de objetivos y conversiones en Google Analytics
- › Funnels de conversación

### 7. Audiencias y segmentación ¿Consigues llegar a tu audiencia?

- › Análisis y aplicación a campañas de marketing

### 4. Medición de campañas online ¿Puedes mejorar tu ROI?

- › Agrupación de canales
- › Tracking de campañas online
- › Medición de campañas de Google Adwords

### 6. Informes y análisis avanzados. De los datos a las decisiones

- › Informes personalizados
- › Flujos de comportamiento y objetivos
- › Embudos multicanal y atribución

### 8. Integración a otras herramientas

- › Adwords
- › Tag Manager

### 9. Proyecto práctico

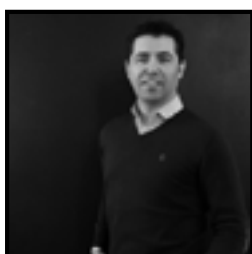
## HERRAMIENTAS



Search Console

Google Analytics

## TUTOR



### ALBERTO MARTÍN

HEAD OF DIGITAL MARKETING

Agencia BeSocial

Tutor Marketing Analytics

## MATERIAL

- Un portátil MacBook Air por alumno.
- Proyector HD.
- Material de apoyo en formato digital.

## € INVERSIÓN: 150€

1. Pago al contado.
2. Ex-alumnos EDIT.: 10% de descuento.
3. Fundación Tripartita.
4. Descuentos a empresas partners.

## NOTAS

En caso de que el workshop sea cancelado por parte de EDIT., será reembolsado al alumno el pago del mismo.

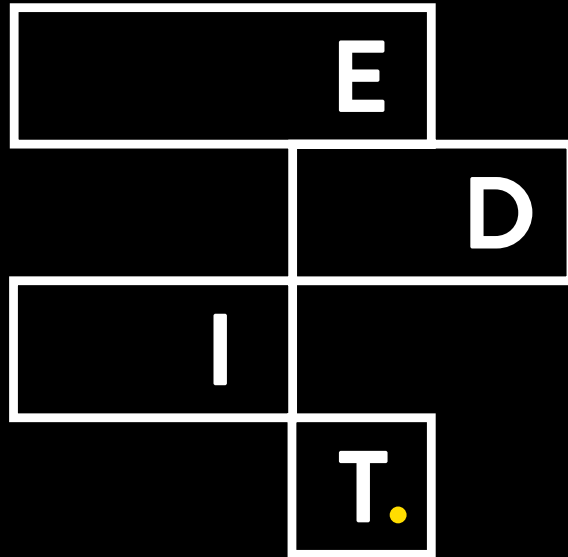
En caso de que el alumno cancele por voluntad propia su asistencia al workshop, pagará una penalización (cláusula penal) de 10% del valor del pago y no se devolverá el valor de la inscripción del mismo después de realizar el workshop.

EDIT. podrá usar la imagen y voz del alumno con el fin de promocionar el workshop y las actividades relacionadas en sus canales de comunicación.

EDIT. se reserva el derecho de cambiar la fecha, el horario y el lugar, o incluso cancelar el workshop de acuerdo al número mínimo de interesados. En ese caso, todos los inscritos serán avisados hasta 24 horas antes del inicio del workshop.

Queda a criterio de EDIT. la cancelación de los workshops por otros motivos que no son informados aquí.

Todos los gastos adicionales por el alumno no serán reembolsables (alojamiento, hotel, pasaje de cualquier tipo, etc.).



[www.edit.com.es](http://www.edit.com.es)



**EDIT.** C/ de la Colegiata 9,  
**Madrid** utopics\_Us.  
28012 Madrid  
(+ 34) 910 563 227  
[info@edit.com.es](mailto:info@edit.com.es)

**EDIT.** Alameda D. Afonso  
**Lisboa** Henriques, 7A  
1900-178 Lisboa  
(+ 351) 210 182 455  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.** Rua Gonçalo Cristovão  
**Oporto** nº 347, 3º piso, sala 309/302  
4000-270 Oporto  
(+ 351) 224 960 345  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)