

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

| SEMANAS | TEMAS | ACTIVIDADES | CLASES EN DIRECTO |
|-----------|---|--|--|
| Semana 1 | Tema 1. Introducción a la analítica web 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Medición <i>online</i> frente a medición <i>offline</i> 1.3. ¿Qué es la analítica web? 1.4. Historia de la analítica web 1.5. Herramientas <i>site centric</i> (LOG vs <i>tags</i>) 1.6. Sistemas de medición (medición muestral vs medición de panel y sistemas híbridos) | Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,15 puntos cada una). Test tema 1(0,1 puntos) | Sesión de presentación de la asignatura Clase del Tema 1 |
| Semana 2 | Tema 2. La analítica web hoy 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Herramientas 2.3. Principales actores 2.4. Medición digital unificada | Test tema 2(0,1 puntos) | Clase del Tema 2 |
| Semana 3 | Tema 3. Plan de medición 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Plan de medición 3.3. Definir objetivos 3.4. Establecer KPI 3.5. ¿Qué es un cuadro de mando? | Actividad 1(1,35 puntos) Test tema 3(0,1 puntos) | Clase del Tema 3 (se incluye presentación de actividad 1) |
| Semana 4 | Tema 4. Métricas básicas 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Dimensiones y métricas 4.3. Usuarios, navegadores y visitantes | | Clase del Tema 4 |
| Semana 5 | Tema 4. Métricas básicas (continuación) 4.4. Visitas o sesiones y páginas vistas 4.5. Duración y tiempo en página 4.6. Porcentaje de rebote | Test tema 4(0,1 puntos) | Clase del Tema 4 (continuación) |
| Semana 6 | Tema 5. Métricas avanzadas 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Métricas publicitarias: CTR, modelos de compra y eCPM | | Clase del Tema 5 |
| Semana 7 | Tema 5. Métricas avanzadas (continuación) 5.3. Conversión y ROI 5.4. Métricas aplicadas al comercio electrónico | Actividad grupal(2 puntos) Test tema 5(0,1 puntos) | Clase del Tema 5 (se incluye presentación de actividad grupal) Clase de resolución de la actividad 1 |
| Semana 8 | Tema 6. Introducción a Google Analytics UA 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Introducción a Google Analytics 6.3. Los informes de Google Analytics 6.4. ¿Cómo configurar Google Analytics? | Test tema 6(0,1 puntos) | Clase del Tema 6 |
| Semana 9 | Tema 7. Google Analytics UA Básico 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Informes de audiencia | | Clase del Tema 7 Sesión de Recomendación de Examen |
| Semana 10 | Tema 7. Google Analytics UA Básico (continuación) 7.3. Informes de adquisición 7.4. Informes de comportamiento | Actividad 2(1,35 puntos) Test tema 7(0,1 puntos) | Clase del Tema 7 (se incluye presentación de actividad 2) |
| Semana 11 | Tema 8. Google Analytics UA Avanzado 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Objetivos en Google Analytics 8.3. Comercio electrónico 8.4. Embudos multicanal (MCF) 8.5. Modelos de atribución predeterminados 8.6. Modelos de atribución personalizados | Test tema 8(0,1 puntos) | Clase del Tema 8 Clase de resolución de la actividad grupal (duración doble) |

| | | | |
|-----------|---|--------------------------|--|
| Semana 12 | Tema 9. Google Analytics 4 básico 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Introducción a Google Analytics 4: novedades 9.3. Interfaz Google Analytics 4 9.4. ¿Cómo configurar Google Analytics 4 desde Google Analytics Universal? 9.5. Los informes de Google Analytics 4 | Test tema 9(0,1 puntos) | Clase del Tema 9 |
| Semana 13 | Tema 10. Google Analytics 4 avanzado 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Informes basados en el ciclo de vida del cliente | | Clase del Tema 10 |
| Semana 14 | Tema 10. Google Analytics 4 avanzado (continuación) 10.3. Informes basados en el usuario | Test tema 10(0,1 puntos) | Clase del Tema 10 (continuación) Clase de resolución de la actividad 2 |
| Semana 15 | Clase de repaso | | |
| Semana 16 | Semana de examen | | |

Esta Programación semanal **puede ser modificada** si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.