

Diploma

FUNDACION CPA SALDUIE, como entidad beneficiaria, otorga a

ALEJANDRO ESPAÑA PRIETO
N.I.F. 20858425R

el presente diploma por haber superado con evaluación positiva la acción formativa

COMM001PO ANALÍTICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING

con formación online tutorizada desde el 25/06/2026 hasta el 20/07/2026, con una duración total de 30 horas, en el marco del expediente F242102AA, código de acción formativa 21, código de grupo 004. Formación impartida al amparo del Sistema de Formación Profesional para el Empleo en el marco de la *Resolución de 6 de agosto de 2024, del Servicio Público de Empleo Estatal, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión de subvenciones públicas para la ejecución de programas de formación de ámbito estatal, dirigidos prioritariamente a las personas ocupadas.*

Y para que así conste, se expide este certificado en ZARAGOZA, a 20 de julio de 2026.

MARTIN ERCILLA MONICA CELIA
Representante Entidad Beneficiaria

Contenidos de la acción formativa

1 INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

- 1.1. Por qué es necesaria la analítica web
- 1.2. Analítica web 2.0
- 1.3. Qué necesitamos para hacer analítica web
- 1.4. Pasos recomendados al iniciar la realización de una analítica web

2 PERFORMANCE MARKETING

- 2.1. Ventajas que nos ofrece el performance marketing
- 2.2. La evolución del marketing on-line: branding vs. Performance
- 2.3. Evolución hacia el marketing de afiliados

3 LA TOMA DE DECISIONES BASADAS EN DATOS

- 3.1. Tenemos que dejar de hacer reporting y hacer análisis
- 3.2. Consejos para realizar analítica web
- 3.3. La analítica web y el e-mail marketing deben complementarse
- 3.4. Analítica web, SEM y SEO
- 3.5. La planificación de medios
- 3.6. Analítica y los programas de afiliación
- 3.7. Web 2.0, la analítica debe ir más allá de la web
- 3.8. Análisis del buzz marketing
- 3.9. Reputación on-line
- 3.10. Usabilidad y diseño de interacción en la web

4 A/B MULTIVARIATE TESTING

- 4.1. Las landing pages
- 4.2. Cómo llevamos a cabo un «experimento»
- 4.3. Cómo funciona el a/b testing

5 GOOGLE ANALYTICS Y OTRAS HERRAMIENTAS

- 5.1. Google analytics
- 5.2. Google optimizer

6 MEDICIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE NUESTRA WEB

- 6.1. Métricas en internet
- 6.2. La tasa de conversión es la medida estratégica de nuestro rendimiento
- 6.3. La tasa o porcentaje de rebote
- 6.4. ¿Cuáles son las kpi's idóneas en función de los objetivos de nuestro site?
- 6.5. Métricas complementarias a la tasa de conversión
- 6.6. Primeros puntos a analizar respecto a nuestra web
- 6.7. Algunas recomendaciones para mejorar la conversión

Código de verificación:

1187494ZQ636343SP55111R4157M596777

<https://www.cursosfemxa.es/verificar-diplomas>