

PROGRAMA SUPERIOR DE ANALÍTICA DIGITAL

- SiteCatalyst
- + Google Analytics
- + Excel

Más del 92% de
nuestros alumnos
trabajando



12^ª
Edición



Calle Marqués de Ahumada, 7
28028 MADRID



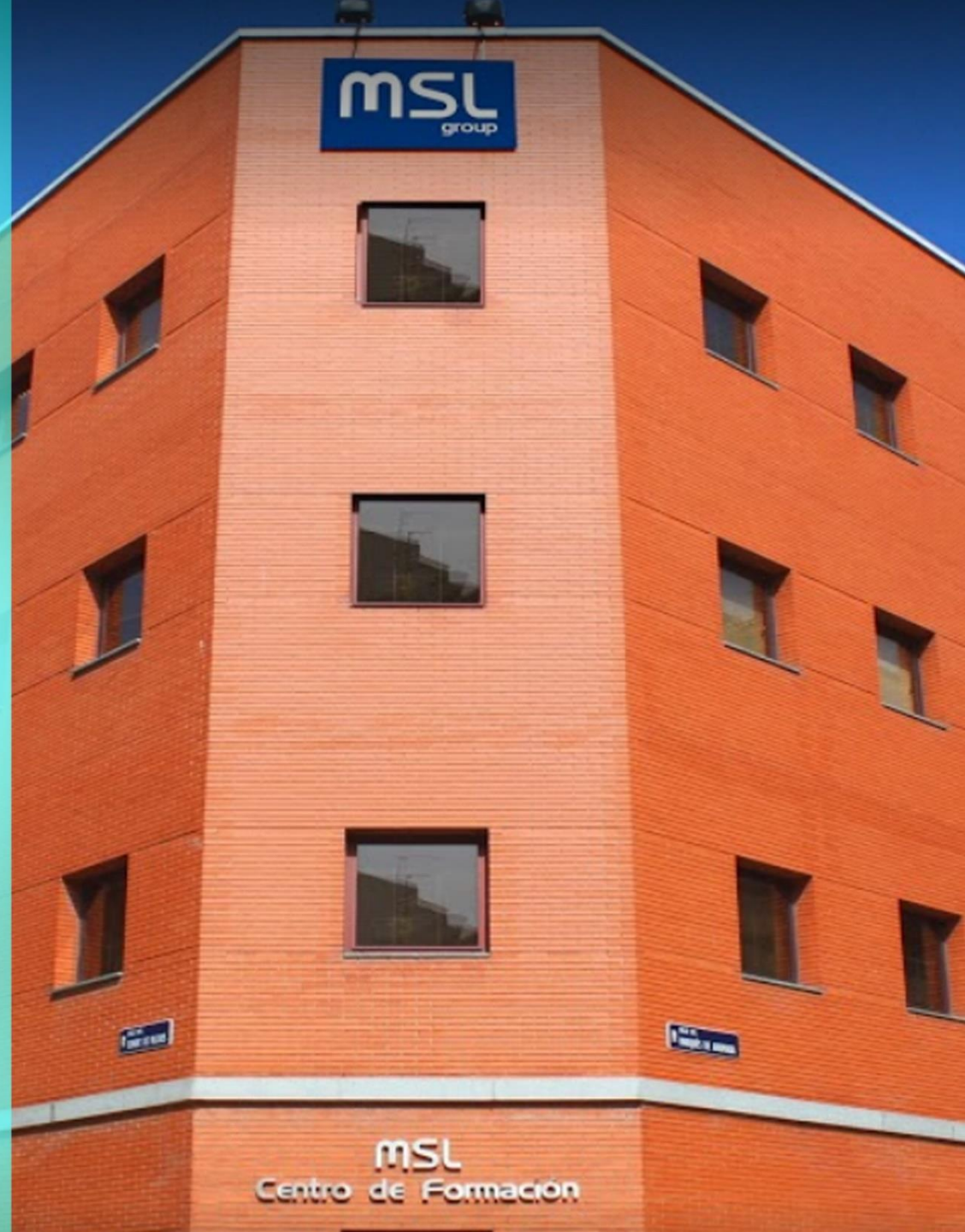
ocaballero@mslformacion.es

Conoce IDMS

International Digital Management School, IDMS, es una iniciativa de MSL Formación, centro de formación con más de 20 años de trayectoria formativa.

La escuela nace con el requisito base de dar respuesta a las necesidades actuales de las empresas en relación a profesionales especializados en el marketing digital y con capacitación en tecnologías emergentes concretas.

Su objetivo: ofrecer la máxima empleabilidad a los alumnos, a través de una formación completa y certificada, cubriendo de forma inmediata las necesidades de las empresas en estas áreas.



PROGRAMA



El Programa Superior en Análítica Digital **Adobe SiteCatalyst + Google Analytics + Excel**, es el único programa para formarse y certificarse en las dos principales tecnologías del sector de la analítica digital y en Excel como complemento fundamental de análisis y presentación de resultados.

El objetivo fundamental es que los alumnos reciban una formación de calidad en las principales tecnologías de analítica digital que representan el 95% del mercado empresarial. El Programa habilita para trabajar en cualquier empresa, con foco principal en grandes organizaciones, tanto nacionales como internacionales.

Se trata de un programa único
en el mercado, con tres elementos
claramente diferenciadores:

**Formación en las dos
herramientas de analítica digital
líder del mercado**



Google
Analytics



Adobe® Analytics


+



Incluye prácticas en
empresas como parte del programa.
Éstas prácticas pueden ser convalidadas con
experiencia demostrable en las áreas del
programa.




ESTAR FORMADO
EN LAS TRES TECNOLOGÍAS
PERMITE

- 1 Una visión más global sobre la analítica digital, facilitando extrapolar el aprendizaje de una a la otra, obteniendo el máximo partido a las dos.
 - 2 La posibilidad de formar parte de las empresas más punteras.
 - 3 Mejor capacitación para trabajar en el extranjero.
- 



Finalizado el curso, el alumno será un analista digital certificado y preparado para trabajar en cualquier empresa que utilice Adobe SiteCatalyst o Google Analytics y podrá entrar a formar parte de organizaciones de primer nivel y/o con foco en internet.



¿PARA QUÉ TE PREPARA?

El Programa Superior en Análítica Digital
Adobe SiteCatalyst +
Google Analytics + Excel está diseñado
para alcanzar los siguientes objetivos:



1

Obtener y analizar en tiempo real información sobre las estrategias digitales de la empresa y las iniciativas de marketing



2

Monitorización, seguimiento e interpretación de resultados sobre el comportamiento de los diferentes canales digitales de la compañía



3

Identificar de forma rápida cuál es la fuente de tráfico y los componentes más rentables de un site, con el fin de detectar quiénes son los visitantes de mayor valor



4

Determinar dónde van los visitantes cuando abandonan el site e identificar cuáles son las métricas críticas



5

Optimizar las campañas de marketing puestas en marcha de cara a obtener mejores resultados



6

Análisis estadístico y presentación de resultados con Excel

DIRIGIDO A

1 Personas que quieran especializarse o formarse en analítica digital para incorporarse al mercado laboral en una profesión de mucho futuro.

2 Profesionales del marketing, personas que trabajen o deseen trabajar en agencias y consultoras, profesionales de la investigación comercial o profesionales que trabajen o deseen trabajar en empresas que utilizan Adobe o Google Analytics o Google Analytics Suite 360 como tecnología de analítica digital.

Nota: Los módulos de Introducción al Marketing Digital y el de Analítica Digital Significado permiten que, personas sin experiencia previa en este área, pueden completar el programa con éxito.

DURACIÓN

Los programa comenzará el

4 de noviembre

Lunes a jueves

De 18,30 a 21,30 y **3 viernes**

Equivalente a **404 horas** distribuidas de la siguiente manera:

- **244 horas lectivas:** 204 presenciales y 40 online
- Mínimo **160 horas de prácticas** no remuneradas en empresas
- **Conferencias y seminarios:** Como complemento del Programa se impartirá 1 conferencia a cargo de un profesional relevante del sector.

HORARIO

VERSIÓN 12

Lunes a jueves de 18:30h a 21:30h.

2 Viernes

2019

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3							1
4	5	6	7	8	9	10	2	3	4	5	6	7	8
11	12	13	14	15	16	17	9	10	11	12	13	14	15
18	19	20	21	22	23	24	16	17	18	19	20	21	22
25	26	27	28	29	30		23	24	25	26	27	28	29
							30	31					

FESTIVOS Y VACACIONES

***EL CALENDARIO PUEDE ESTAR SUJETO A MODIFICACIONES DE ULTIMA HORA**

2020

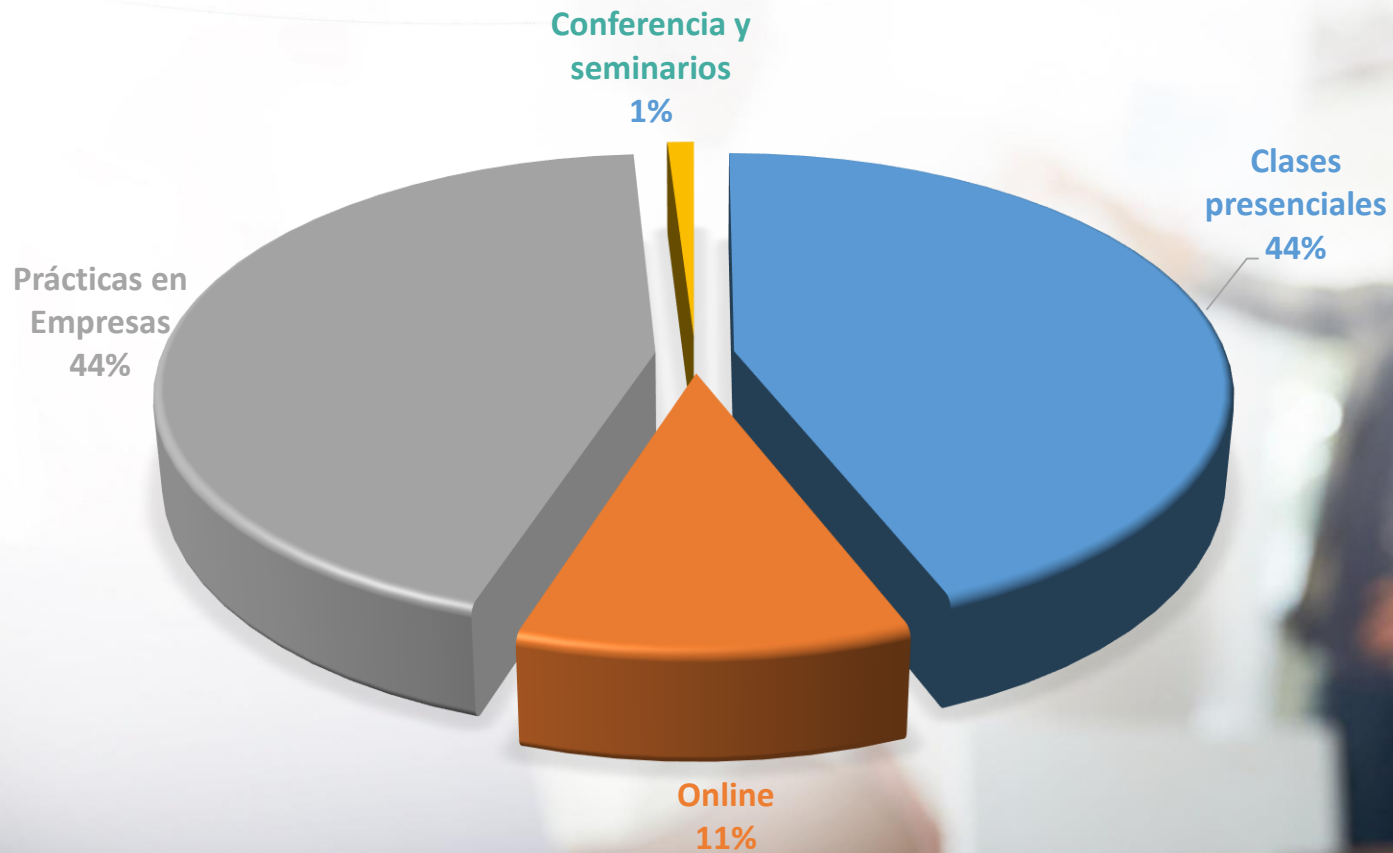
ENERO

FEBRERO

MARZO

L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5						1	2							1
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	2	3	4	5	6	7	8
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	9	10	11	12	13	14	15
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	16	17	18	19	20	21	22
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29		23	24	25	26	27	28	29
														30	31					

METODOLOGÍA





Las prácticas en empresas tendrán lugar en consultoras especializadas en la implantación y gestión de Analítica digital, utilizando las tecnologías del curso, Agencias de Publicidad y/o Marketing Online y empresas que van desde las multinacionales a pequeñas compañías .com.

Para dar comienzo al período de prácticas, será necesario que el alumno haya obtenido las tres certificaciones, Adobe, Google Analytics y Excel. Es necesario poder acreditar a las empresas la preparación de los candidatos.

METODOLOGÍA

1 La evaluación está directamente relacionada con la obtención de la certificación, ya que es el momento en que el alumno demuestra los conocimientos adquiridos.

2 Los profesores de los módulos técnicos (de duración superior a 20 horas) proveerán una evaluación personalizada a cada uno de los alumnos.

3 Al finalizar el período de prácticas, la empresa realizará una evaluación de sus candidatos y, si procede, elaborará una carta de referencia para que el alumno pueda presentarla en procesos de selección.



TITULACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Al finalizar el programa, el alumno contará con:

1 Certificación oficial de:



2 Título expedido por IDMS y reconocido por MSL Formación.

3 Carta de recomendación de la empresa en la que se han llevado a cabo las prácticas, en el caso de que el alumno haya superado las prácticas satisfactoriamente.

El examen de certificación de Adobe Analytics NO está incluido en el precio del curso. Una vez obtenidas las certificaciones se iniciará el desarrollo de las prácticas.

Se requerirá el 90% de asistencia a todo el Programa para acceder a las prácticas y recibir el título de IDMS.

CLAUSTRO

El equipo encargado de formar a los alumnos está compuesto por profesionales con experiencia y trayectoria demostrada en el ámbito del que imparten formación.

Algunas de las personas que participan en el programa:



JUAN ARMESTO
E-Commerce Manager
(CRO & Personalization)
en Mutua Madrileña



EFRÉN DÍAZ
Head Department of
Geospatial and
Technology Law



OSCAR LÓPEZ
Audience Chapter Lead en
Orange



**GUILLERMO
CASTELLANOS**
Responsable de
Audiencias y analítica en
el Diario El País



**NICOLÁS
D'ANGELO GALÁN**
Digital Data &
Analytics Manager en
L'Oréal



ANA GARCIA
HR Director en T2O
media



**JOSE RAMÓN
CAJIDE**
Senior Data Scientist en
Ryanair



ANA RUBIO
Responsable de
Análítica Digital en
Reale Seguros



**MIGUEL ÁNGEL
DE LA TORRE**
Sociólogo Microsoft
Office Certified
Specialist





JUAN MANUEL ELICES

SENIOR DIGITAL
STRATEGIST DE
DIVISADERO

“En Divisadero hemos apostado por ofrecer prácticas a los alumnos de IDMS, porque confiamos plenamente en su capacidad para ayudarnos a formar a los analistas digitales del presente y del futuro”

DIVISADERO



OSCAR LÓPEZ

PROFESOR Y ANTIGUO
ALUMNO
DE IDMS SCHOOL

“IDMS es la única Escuela que ofrece una formación certificada en las principales herramientas de analítica web y en tecnologías emergentes de la analítica digital como el Data Management Platform (DMP)”



MIKE POTTS

CHIEF DATA OFFICER
HAVAS MEDIA GROUP

“Un analista digital certificado y formado en Adobe SiteCatalyst y Google Analytics está mucho más preparado para trabajar en cualquier empresa de primer nivel internacional”

HAVAS MEDIA

TEMARIO

PROGRAMA GENERAL DEL CURSO

Introducción Marketing Digital
Análítica Digital significado
Google Analytics
Tecnologías On-Site para la analítica digital. Implementación de Google Analytics con Google Tag Manager
Data Studio.
Google Optimize
Excel para analistas
Análítica Digital en la práctica
Adobe Analytics
Workspace
Adobe ad hoc análisis
Adobe Target
Implicaciones legales
Tableau
DMP
Headhunter Digital
Apoyo a la certificación

ANALÍTICA DIGITAL SIGNIFICADO

1. La transformación digital y los datos
2. ¿Qué es la Analítica Digital?
3. Objetivos
4. El analista digital
 - 4.1. Perfil
 - 4.2. Rol en la organización
 - 4.3. Gestión del tiempo
 - 4.4. Data driven organization
5. Introducción a los informes
 - 5.1. Dimensiones
 - 5.2. Métricas
6. Entendiendo las herramientas de analítica censal
 - 6.1. Cliente – servidor
 - 6.2. Etiquetado (tag, js)
 - 6.3. Variables y eventos
7. Principales informes
8. Tendencias
9. Key performance indicator (kpi)

INTRODUCCIÓN MARKETING DIGITAL

1. Introducción al Marketing Digital
2. Introducción a la Analítica Digital
 - 2.1 ¿Qué es la Analítica Digital, cómo debemos plantearla en un proyecto?
 - 2.2 Proceso de la Analítica Digital
3. Diccionario de términos
4. Webliografía

TECNOLOGÍAS ON-SITE PARA LA ANALÍTICA DIGITAL

1. Conceptos básicos sobre el funcionamiento de la web: comunicación cliente-servidor, protocolos de transferencia, códigos de respuesta, métodos de envío de la información
2. Cookies de primera y tercera parte. La medición basada en cookies
3. Fundamentos básicos de HTML y javascript. La importancia del DOM
4. La recolección de datos en analítica digital. Sistemas de medición on-site
5. Funcionamiento técnico de una herramienta de analítica digital

TEMARIO

GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a la Analítica Digital
2. Google Analytics según las ramas de analítica Digital:
 - 2.1 Medición
 - 2.1.1 Primeros pasos en Google Analytics
 - 2.1.2 Código personalizado
 - 2.1.3 Personalizaciones
 - 2.1.4 Campañas de marketing
 - 2.2 Reporting
 - 2.2.1. Configuración de propiedades y vistas
 - 2.2.2. Interpretación de informes estándar
 - 2.3. Análisis
 - 2.3.1. Segmentos avanzados
 - 2.3.2. Paneles de control (Dashboards)
 - 2.3.3. Informes personalizado
 - 2.3.4. Eventos Intelligence
 - 2.3.5. Anotaciones
 - 2.3.6. Exportación de Informes
 - 2.3.7. Correo Electrónico
3. Google Analytics Suite 360

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción: Los objetivos de negocio y KPIs como base de una implementación
2. Conceptos técnicos de Google Analytics
3. Tipos de hits en Google Analytics (I)
4. Tipos de hits en Google Analytics (II)
5. Medición con el módulo de Ecommerce mejorado
6. Adaptándose a los objetivos de negocio
7. Unificación de sesiones: Seguimiento multidominio. Su importancia para la medición y cómo configurarlo correctamente en Google Tag Manager y GA
8. UserID: Seguimiento multidispositivo de usuarios
9. Conversiones offline con GA y el protocolo de medición

GOOGLE TAG MANAGER

1. Qué es Google Tag Manager y sus ventajas
2. La interfaz y su configuración
3. Contenedores, etiquetas, variables y disparadores
4. La capa de datos (dataLayer). Su importancia para la recolección de datos

GOOGLE TAG MANAGER: PRÁCTICO

1. Implementación de Google Analytics
2. Medición automatizada de eventos con Google Tag Manager
3. Auditando una implementación.
4. Aspectos avanzados y posibilidades. Modificando el DOM

DATA STUDIO

GOOGLE OPTIMIZE

TABLEAU

HEADHUNTER DIGITAL

IMPLICACIONES LEGALES

EXCEL ONLINE: ESPECIALISTA MICROSOFT OFFICE EXCEL 2016

1. Crear y administrar hojas de cálculo y libros
2. Crear celdas e intervalos
3. Crear tablas
4. Aplicar fórmulas y funciones
5. Crear gráficos y objetos

TEMARIO

EXCEL PARA ANALISTAS DIGITALES

1. La Analítica y el Analista Digital
2. Fundamentos básicos de la estadística para el análisis de datos:
 - 2.1 Estadística descriptiva univariable
 - 2.2 Estadística bivariable
3. Utilidades fundamentales de la hoja de cálculo para el Analista Digital
 - 3.1 Funciones en Excel para el análisis de datos: Funciones de búsqueda y referencia, lógicas, estadísticas y de base de datos
 - 3.2 Las tablas dinámicas
 - 3.3 Herramientas para obtener, transformar, visualizar y analizar datos
4. Elaboración de informes con dashboard

ANALÍTICA DIGITAL EN LA PRÁCTICA

1. Introducción a la analítica Digital "Desde que el internet tuvo uso comercial surgió la necesidad de medir"
 - 1.1 Origen de la Analítica Digital
 - 1.2 Para qué sirve la Analítica Digital
2. Definición de modelos de medición
 - 2.1. Identificación de objetivos
 - 2.2. Definición de KPI's
 - 2.3. Marco de trabajo
 - 2.4. Cuadros de mando
 - 2.5. Ejemplos de análisis accionables
 - 2.6. Taller: "Definir un modelo de medición completo"
3. Evolución de la Analítica Digital
 - 3.1. "En dónde estamos y hacia dónde tenemos que ir"
 - 3.2. Omnichannel y Agnostic Channel
4. Talleres:
 - 4.1. Taller práctico: "Análisis web"
 - 4.2. Taller práctico: "Análisis de negocio"

TEMARIO

ADOBE SITECATALYST

1. Introducción a la Analítica Digital
2. Adobe SiteCatalyst básico
3. Interfaz de SiteCatalyst
4. Métricas de SiteCatalyst
5. Informes de adquisición
6. Actividad de los usuarios e informes de consumo de contenido
7. Fidelización de sus visitantes y crecimiento
8. Segmentación y rupturas
9. Adición de contexto a un informe
10. Guardar informes
11. Informes de distribución
12. Cuadros de mando
13. Workspace

ADOBE SITECATALYST CARACTERÍSTICAS AVANZADAS Y HERRAMIENTAS

1. Advance Reporting
2. Data Warehouse
3. Report Builder
4. Workbench
5. How Analytics Variables Work
6. Campañas
7. Clasificaciones
8. Report Suites
9. User Management
10. Report Suite Settings
11. Company Settings
12. Marketing Channels
13. Vista and JavaScript Plug-Ins
14. Activation DTM
15. Processing Rules
16. Data Sources
17. Data Connectors
18. Customer Attributes
19. Live Stream
20. Avoiding Analysis Paralysis
21. Putting all together

ADOBE TARGET

WORKSPACE

1. Introducción: Workspace
2. Acceso a Workspace
3. Interface y "Look & feel" de la herramienta
4. Consultas en Workspace. Plantillas de informes
5. Creación de segmentos
6. Creación de métricas calculadas
7. Práctica: Consultas y extracción de datos

ADOBE AD HOC ANALYSIS

DMP

1. ¿Qué es un DMP? Tipos de DMP
2. Casos de uso
3. ¿Quién debe gestionar un DMP?
4. Ecosistema digital
5. Ids y tipos de cookies
6. Tipos de data
7. Concepto de audiencia
8. Recolección de data
9. Generación de audiencias
10. Casos de uso

APOYO A LA CERTIFICACIÓN

Tutorías de apoyo a la preparación de los exámenes de certificación

CLAUSURA DEL CURSO

JOSE RAMÓN CAJIDE



"El Programa Superior en Adobe Reports Analytics de IDMS ofrece una formación avanzada de Sitecatalyst. Su temario, basado en el oficial de Adobe, lo supera tanto en horas como en contenido buscando ofrecer al alumno una visión completa sobre la herramienta de analítica digital más avanzada del mercado.

Junto a los magníficos profesores y la opción de prácticas, es claramente la opción si se quiere obtener la Certificación de Sitecatalyst."

(Alumno de la Primera Promoción)
Digital & Big Data Analyst

ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD

Además de las prácticas en empresa que se realizarán durante el programa, IDMS se compromete a distribuir los perfiles de los alumnos entre headhunters nacionales e internacionales especializados en la búsqueda de profesionales expertos en analítica digital así como a consultoras, partners y principales clientes nacionales e internacionales asociados a las tecnologías de referencia.

Además, el programa incluye sesiones de empleabilidad con el fin de orientar al alumno en su carrera profesional, preparar su curriculum y entrevistas de trabajo.



Borja Pérez Pérez

Antiguo alumno y junior Analyst en divisadero

“De cara a la búsqueda de un trabajo cualificado en analítica digital, considero que el conocimiento de adobe SiteCatalyst es un gran valor diferencial”

DIVISADERO



Country Leader Ibérica. Head of Digital Marketing en Adobe
IDMS by MSL, al ser la única escuela en España partner de Adobe con el sello “The Adobe Academic Initiative Program”, ofrece en su programa superior de analítica digital los contenidos oficiales, la metodología y acceso a los productos reales de Adobe incluidos en el curso.



Julián Cañadas

PRECIOS Y FORMAS DE PAGO

El precio del programa con prácticas es de 4.650€.

En el momento de la inscripción se realizará un pago del 15% del precio final del curso, en concepto de reserva de plaza para poder bloquearla, ya que los grupos son reducidos y las plazas limitadas.

FACILIDADES DE PAGO

- Todos los alumnos que realicen la inscripción y el pago:
 - **ANTES DEL 6 DE SEPTIEMBRE DE 2019** tendrán una beca del **20%** sobre el precio del programa por pronto pago.
 - **ANTES DEL 1 DE OCTUBRE DE 2019** tendrán una beca del **15%** sobre el precio del programa.
- Los profesionales que estén en situación de desempleo en el momento de la inscripción se beneficiarán de una reducción **del 10%** del precio de la matrícula.
- **IDMS** ofrece además la posibilidad de financiación del programa con unas condiciones muy ventajosas para el alumno.
- Para trabajadores en activo el Programa Superior es bonificable por la Fundación para la Formación en el Empleo.
- Aquellas empresas interesadas en contratar la formación para sus empleados, pueden contactar directamente con el centro para analizar condiciones especiales.

PROCESO DE ADMISIÓN E INSCRIPCIÓN

Requisitos de admisión

- El alumno ha de tener un nivel medio/ alto de inglés, tanto leído como escrito, ya que parte de los materiales de estudio están en inglés.
- **Formación recomendada:** Licenciados y titulaciones de grado medio o superior que aporten capacidad analítica y/o visión en las áreas de gestión, marketing y/o comercial.

Para formalizar la inscripción el alumno deberá rellenar el formulario en la web

www.mslformacion.es



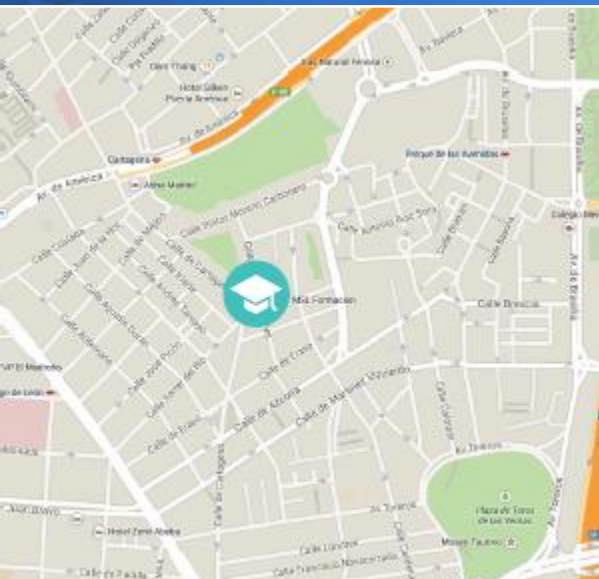
Localización



L.4,5,6 Diego de León
L.7 Cartagena
L.4,6,7,9 Avd. América



1 – 12 – 26 – 43 – 48
56 – 61 – 72 – 73 – 114
115 - 122 y Circular



IDMS International Digital
Management School (by MSL)

Marqués de Ahumada, 7. 28028 MADRID

+34 91 724 92 09