


**Módulo 3: Gestión Integral del Marketing Digital**
**Denominación de la MATERIA:**
**M3.7 Analítica Web**
**Créditos ECTS**

5 ECTS (125 horas)

**Duración, modalidad y ubicación temporal dentro del plan de estudios:**

Los contenidos que componen esta materia se imparten a lo largo del segundo cuatrimestre.  
Modalidad presencial.

**Competencias específicas:**

CE23 Conocimiento y desarrollo de un plan de analítica web a través de diversas herramientas.

**Resultados de aprendizaje:**

RA23 Es capaz de conocer y desarrollar un plan de analítica web a través de diversas herramientas.

**Requisitos previos:**

No se han establecido requisitos previos.

**Breve resumen de los contenidos:**

- Introducción e implementación de las herramientas de analítica web.
- Plan de analítica web.

**Actividades formativas:**

- Elaboración de trabajos y/o realización de pruebas individuales y/o grupales: 5 ECTS.

**Sistema de evaluación:**

Todas las materias se evalúan mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, del proceso de aprendizaje a lo largo del periodo académico:

- Las actividades formativas de presentación de conocimientos y estudio individual se podrán evaluar con pruebas orales y/o escritas que corresponderán como máximo al 40% de la nota final.
- Las acciones formativas dirigidas a la adquisición de las competencias prácticas de las asignaturas se evaluarán a través de la realización de diferentes actividades (trabajos, casos, problemas, etc.) correspondiendo como mínimo a un 60% de la nota final.

Los detalles de evaluación y calificación se harán explícitos en la planificación docente anual de las materias en función de los profesores responsables y de los condicionantes de cada curso.

**Bibliografía:**

- Barainca, A., Gorostiza, I. (2022). Google Analytics 4: mide y vencerás. Anaya
- Charcdonneau, R. (2014). Google Analytics: analice el tráfico de su sitio web para mejorar resultados. ENI
- Gorostiza, I., & Barainca, A. (2017). Google Tag Manager: mide y vencerás. Anaya.
- Hernández Dauder, M.A. (2016). Marketing digital: marketing móvil, seo y analítica web. Anaya



- Kaushik, A. (2010). *Analítica web 2.0: el arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente*. Gestión 2000
- Muñoz, G. (2011). *El arte de medir: manual de analítica web*. Bresca
- Roddz, N. (2016). *Google Analytics con Google Tag Manager: implementa, mide y diviértete*.
- Venkatesan, R. (2021). *Marketing Analytics: essential tools for data-driven decisions*. UVA Darden Business Publishing
- Verhoef, P.C. (2021). *Creating Value with Data Analytics in Marketing: Mastering Data Science*. Routledge.