



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE DE ANALÍTICA DE MARKETING 2024-25

DATOS GENERALES

Nombre:	Analítica de Marketing
Código:	801439
Curso:	2024-2025
Titulación:	Máster Universitario en Tecnologías Aplicadas al Marketing
N.º de créditos (ECTS):	4
Ubicación en el plan de estudios:	2 ^{do} Cuatrimestre
Fecha de la última revisión:	Julio 2024
Profesor Responsable:	Dr. Adriá Padilla Molina

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

En un entorno empresarial y comunicativo cada vez más guiado por las métricas, la capacidad de analizar, interpretar y utilizar datos para la toma de decisiones estratégicas es una habilidad fundamental para cualquier profesional del marketing. En esta asignatura se exploran las herramientas y técnicas propias de la analítica digital y la analítica web, con un enfoque transversal que permita trasladar estos conocimientos al trabajo con datos procedentes de cualquier ámbito.

El objetivo principal de esta asignatura es equipar a los estudiantes con una comprensión profunda y práctica de cómo los datos pueden ser utilizados para mejorar la toma de decisiones y guiar acciones, ya sean empresariales, comunicativas o de marketing. A través de estudios de caso, proyectos prácticos y la utilización de herramientas analíticas, los estudiantes desarrollarán las habilidades necesarias para transformar datos en inteligencia y, en última instancia, contribuir al éxito de sus organizaciones o alcanzar los objetivos fijados.

2. OBJETIVOS

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Entender fuentes de datos.
- Recopilar y procesar datos en marketing.
- Familiarizarse con indicadores clave (KPIs) y realizar un seguimiento.
- Crear cuadros de mando, *dashboards* y presentaciones con datos.
- Interpretar y trabajar con herramientas de tracking web (G. Analytics).
- Transformar los datos en información relevante.
- Vincular la analítica a los procesos de marketing.

3. CONTENIDOS

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

Resultados de aprendizaje

- Comprender los fundamentos de la analítica web.
- Comprender cómo se recopilan, procesas y analizan los datos de un entorno web.

Contenidos

1. Tipos de datos
 - 1.1 Fuentes y origen de los datos
 - 1.2 Acceso, recolección y tratamiento de datos

TEMA 2. TÉCNICAS DE ANALÍTICA

Resultados de aprendizaje

- Establecer KPIs
- Realizar informes de analítica con Google Analytics
- Interpretar datos
- Tomar decisiones a partir de los datos

Contenidos

2. Google Analytics

TEMA 3. REPORTING

Resultados de aprendizaje

- Visualizar datos y crear *dashboards*
- Realizar informes de seguimiento e interpretar los datos

Contenidos

- 3.1 Google DataStudio

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Todas las sesiones combinan la teoría con la práctica. Los contenidos se imparten a través de casos prácticos, ejercicios guiados en el aula y trabajo autónomo del alumno.

5. EVALUACIÓN

Esta asignatura se evalúa a partir de dos trabajos prácticos (90%) y participación en el aula (10%). La asignatura queda aprobada con una nota final igual o superior a 50 puntos sobre 100, siguiendo las siguientes ponderaciones:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
Ejercicios:			90 %
Google Analytics	Informe escrito	50%	
Google DataStudio	Dashboard	50%	
Participación en aula:			10%
Asistencia		50%	
Intervenciones		50%	

6. BIBLIOGRAFÍA

- Google Analytics Certification:

<https://skillshop.docebos.com/learn/courses/14810/google-analytics-certification>