



GUIA DOCENTE DEL CURSO HERRAMIENTAS DEL ANALISTA

AREA: OPERACIONES
AUTOR: SPAIN BUSINESS SCHOOL

CÓDIGO: 601

IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

- Denominación: Exploración del dato con Google
- Código: 601
- Curso: 1
- Cuatrimestre: 1
- Carácter: Obligatoria
- N° de créditos (horas): 4 ECTS (100 horas)
- Idioma en que se imparte: Español

REQUISITOS PREVIOS

No tiene requisitos previos, aunque es recomendable haber cursado el curso de Fundamentos del ecosistema digital del dato.

PROFESORES

Andrés Menchero

BA & CX Director at Jakala Iberia. **Director de Business Analytics & Customer Experience en Jakala Iberia** y docente del Máster en Analítica Web y Big Data en Spain Business School.

Especializado en analítica avanzada y experiencia de cliente, Andres combina conocimiento estratégico y técnico. Ha liderado proyectos que integran plataformas de datos, métricas y customer journeys para mejorar tanto la satisfacción del cliente como los resultados de negocio.

Carlos Terroba

Carlos Terroba Nicolás es Sr. **Consultant Multisolution Architect en Adobe**, con base en Madrid. Forma parte de Adobe ADA EMEA (Arquitectura, Datos y Activación), siendo responsable técnico y experto en arquitecturas de datos aplicadas con Adobe Experience Platform, Analytics, Target y Audience Manager.

Profesional con amplia experiencia en diseñar soluciones que integran analítica, activación de audiencias y estrategia de datos, aporta una visión técnica estratégica que conecta necesidades de negocio con tecnologías punteras.

Esperanza García Sánchez

Digital Analytics Manager en Jakala Iberia.

Durante los últimos años me he especializado en la gestión de proyectos digitales con especial interés en el negocio y la analítica, participando en todas las fases del proceso: desde la conceptualización de KPIs y necesidades de los clientes hasta el output final.

Participación en proyectos de sectores: travel, bancario, seguros, telco.

PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS

El analista de datos debe conocer las principales herramientas de su trabajo del día a día. Una vez conoce las dos principales del ecosistema Google, Analytics y Tag Manager, debe conocer otras herramientas del universo del dato.

Cuando hablamos de explotación del dato, la herramienta competencia profesional de Google Analytics es Adobe Analytics. Herramienta de exploración del datos más profesional y completa del mercado. Su inconveniente, no apta para pequeños o medianos dado el coste de la licencia.

Como no podía ser de otra forma ante el incremento de tags, empresas del sector han sacado sus propias soluciones. En este caso, veremos Tealium, la primero o segunda herramienta del mercado, rivalizando con Google Tag Manager.

Una herramienta olvidada pero que está en el día a día de todo analista es Excel. La conocemos todos verdad? Pero la debemos ver desde la perspectiva de la conexión con otras herramientas de explotación del dato.

Y por último. La medición del dato también se basa en paneles y proyección. En esta ocasión vamos a ver GFK DAM, la última herramienta que ha ganado en España ser la herramienta oficial de medición de medios, derrotando al medidor oficial de los últimos años, Comscore.

COMPETENCIAS

| Tipo conocimiento | Verbo | Al terminar con éxito esta asignatura el estudiante será capaz de... |
|-------------------|-------------|--|
| Análisis | Diferenciar | Diferencias las distantes herramientas del analista tanto a nivel de etiquetado, análisis como auxiliares. |
| Evaluación | Apoyar | Sera capaz de manejar las principales herramientas del analista en su día a día de grandes y pequeñas empresas |

| | | |
|------------------------------|---|--|
| Competencias Instrumentales | Conocimientos básicos de la profesión | Conocer para el trabajo del día a día con las principales herramientas del analista. |
| Competencias Interpersonales | Capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar | Trabajar en equipos multiculturales y multidisciplinares |
| Competencias Sistémicas | Capacidad de aprender | Aprender herramientas e innovaciones de mercado |

Destrezas para esta asignatura

| Tipo destreza | Verbo | Al terminar con éxito esta asignatura el estudiante será capaz de... |
|-----------------|---------|---|
| Plano Subjetivo | Apoyar | apoyar todo el conocimiento junto con prácticas y uso de las herramientas principales del mercado. |
| Plano Subjetivo | Valorar | valorar entre las herramientas existentes para el analista cual por sus características y uso dentro de la empresa es la más idónea de adquirir |

TEMARIO

LA MEDICIÓN DIGITAL. GFK DAM

- Introducción a la medición de la navegación digital
- Concurso de medición digital en España
- ¿Qué es la medición single source?
- Tecnologías necesarias
- ¿Cómo es la medición de GfK DAM?
- Soluciones disponibles
- Live demo

TEALIUM TAG MANAGER

- Que es Tealium
- Definición del plan de medición
- Implementación
- Documentación
- Visualización

EXCEL Y SPREADSHEET PARA ANALISTAS

- Excel: usos prácticos
- Introducción al Excel y complementos
- Excel y el análisis de datos (usos comunes)
- Crear plantillas/KPIs
- Estadística con Excel
- Integraciones entre herramientas: medición y gestión efectiva de datos
- Hojas de cálculo de Google e integración con Google Analytics
- Usos e integraciones de excel con Google Analytics (data import; informes personalizados)
- Usos e integraciones con Adobe Analytics (configuración y detalles del report builder)

ADOBE ANALYTICS

- ¿Qué es Adobe Analytics; Omniture?
- Report & Analytics
- Trabajando con Report & Analytics
- Discover y report builder

METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO (OPCIONAL)

<<Indicar por semanas como se ejecutaría el plan de trabajo del curso en base al temario. Indicar igualmente si se trata de (NT) nota técnica, (CP) caso práctico, (EX) examen y si alguna requiere darse en presencial directo (en aula o streaming)>>

En cada sesión el profesor expondrá los principales aspectos del correspondiente tema, ilustrándolos con ejemplos y datos. Se espera que el alumno, previo estudio del material asignado a cada sesión (disponibles en el Campus online), exponga sus puntos de vista respecto a los temas tratados.

Al tratar de herramientas de medición la práctica es la virtud para el aprendizaje. Nunca mejor se adaptó el término “*learning by doing*”. Es imprescindible que el alumno vaya practicando tras las clases en la herramienta.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

<< Las actividades formativas que se realizarán en cada módulo/materia/asignatura (lo que corresponda). Para cada una de ellas se establecerá las horas de dedicación, porcentaje de presencialidad de dichas horas, y qué porcentaje de la actividad formativa implica interacción estudiantado/profesorado. Tal y como se indica en el Documento de REACU de 15 de enero de 2020 “Las actividades formativas desarrolladas a través de Internet, de modo sincrónico e interactivo, podrán equipararse a las actividades de tipo presencial de modo sincrónico con las actividades formativas de tipo presencial.”>>

En la asignatura se seguirán las actividades siguientes:

- Clases presenciales teóricas
- Prácticas con ordenador
- Seminarios
- Trabajos dirigidos
- Tutorías personalizadas
- Estudio y trabajo personal
- Pruebas presenciales (en directo) de evaluación

| ACTIVIDADES PRESENCIALES | HORAS |
|--|-------|
| Clases teóricas y prácticas en aula | 30 |
| Trabajos (trabajos con asesoramiento y presentación) | 5 |
| Tutorías presenciales (individuales o grupales) | 7 |
| Actividades de evaluación | 6 |
| | |

Los alumnos de metodología virtual desarrollan las actividades presenciales en online síncrono.

MÉTODOS DE EVALUACIÓN

<<Indicar las pruebas de evaluación y la ponderación de las mismas>>

Para la evaluación final del curso se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- Trabajos y casos prácticos: 65%
- Examen Test: 35%