ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Métricas y Cuadros de Mando de Marketing Digital: Indicadores Clave

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Adquiere las herramientas necesarias para transformar datos en decisiones estratégicas con nuestro Curso de Formación Permanente en Métricas y Cuadros de Mando de Marketing Digital. En un entorno donde la analítica se ha convertido en el pilar fundamental de cualquier estrategia digital, dominar la interpretación y visualización de indicadores clave representa una ventaja competitiva determinante para profesionales del marketing.

A lo largo de este programa, profundizarás en los fundamentos de la analítica digital, desde la gestión del ciclo de vida del dato hasta la configuración avanzada de Google Analytics 4 y Google Tag Manager. Aprenderás a seleccionar KPI relevantes para cada canal de adquisición, comprender modelos de atribución multicanal y calcular métricas críticas como el CLV, ROAS y CAC.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos de la analítica digital, diferenciando entre métricas de vanidad y métricas accionables orientadas a resultados de negocio.

Identificar y clasificar los indicadores clave de rendimiento (KPI) en los distintos canales de adquisición digital, relacionando cada indicador con la fase correspondiente del embudo de conversión.

Analizar las métricas de engagement, fidelización y experiencia de usuario en canales propios, calculando indicadores como el valor del ciclo de vida del cliente (CLV) y su relación con el coste de adquisición.

Dominar los modelos de atribución y las técnicas de optimización de la tasa de conversión (CRO), aplicando métodos de experimentación con rigor estadístico para diagnosticar puntos de fuga en el embudo.

Diseñar cuadros de mando estratégicos, tácticos y operativos de marketing digital, seleccionando los KPI adecuados y aplicando principios de visualización de datos centrados en la toma de decisiones.

Utilizar herramientas de business intelligence como Google Looker Studio, Power BI y Tableau, configurando conectores de datos, métricas calculadas y flujos de actualización automatizados.

Elaborar informes ejecutivos de rendimiento de marketing digital, transformando datos en insights accionables mediante técnicas de análisis descriptivo, diagnóstico y storytelling orientado a audiencias no técnicas.

Implementar un sistema completo de medición y cuadro de mando, integrando fuentes de datos multicanal y considerando las tendencias emergentes en privacidad, inteligencia artificial y analítica predictiva.

Temario

01 Fundamentos de la medición y la analítica en el ecosistema de marketing digital

1.1. Evolución del marketing digital y la necesidad de una medición cuantitativa y sistemática
1.2. El ecosistema de datos en el entorno digital contemporáneo
1.3. Conceptos fundamentales de la analítica digital aplicada al marketing
1.4. Privacidad, regulación y ética en la recopilación de datos de marketing

02 Indicadores clave de rendimiento (KPI) en los canales de adquisición digital

2.1. Definición, selección y jerarquización de KPI en estrategias de marketing digital
2.2. Métricas fundamentales en optimización de motores de búsqueda (SEO)
2.3. Métricas clave en publicidad digital de pago (SEM y paid media)
2.4. Indicadores de rendimiento en publicidad programática y compra automatizada de medios
2.5. Métricas de rendimiento en social ads y publicidad nativa
2.6. Métricas de rendimiento en marketing de afiliación y programas de referidos
2.7. Cuadro comparativo e integrado de KPI por canal de adquisición y fase del funnel

Temario

03 Métricas de engagement, fidelización y rendimiento en canales propios

3.1. Indicadores clave de rendimiento en redes sociales y plataformas de comunidad
3.2. Métricas fundamentales en email marketing y automatización de comunicaciones
3.3. Indicadores de rendimiento en marketing de contenidos e inbound marketing
3.4. Métricas de experiencia de usuario y comportamiento en el sitio web
3.5. Indicadores de fidelización y retención del cliente
3.6. Cálculo e interpretación del valor del ciclo de vida del cliente (CLV)

04 Analítica web, modelos de atribución y análisis de conversiones

4.1. Fundamentos de la analítica web aplicada al marketing digital
4.2. Análisis del embudo de conversión y diagnóstico de puntos de fuga
4.3. Optimización de la tasa de conversión (CRO) y experimentación
4.4. Modelos de atribución en estrategias de marketing digital multicanal
4.5. Seguimiento cross-device y medición del rendimiento en entornos omnicanal
4.6. Integración de datos offline y online para una visión unificada del cliente

Temario

05 Diseño estratégico de cuadros de mando de marketing digital

5.1. Conceptos y principios fundamentales de los cuadros de mando (dashboards)
5.2. Metodología de diseño centrada en el usuario y orientada a la toma de decisiones
5.3. Selección y jerarquización de KPI para cada tipo de cuadro de mando
5.4. Principios de visualización de datos aplicados a cuadros de mando de marketing
5.5. Definición de umbrales, alertas y sistemas de semáforos para el seguimiento de KPI
5.6. Elementos de interactividad y funcionalidades dinámicas en cuadros de mando
5.7. Diseño de cuadros de mando específicos por área funcional de marketing digital
5.8. Periodicidad, actualización y mantenimiento evolutivo de los cuadros de mando

Temario

06 Herramientas y plataformas para la construcción de cuadros de mando de marketing

6.1. Ecosistema de herramientas de business intelligence aplicadas al marketing digital
6.2. Google Looker Studio como plataforma de referencia para dashboards de marketing
6.3. Microsoft Power BI aplicado a la analítica y el reporting de marketing digital
6.4. Tableau y otras herramientas avanzadas de visualización de datos de marketing
6.5. Automatización de la extracción y actualización de datos de marketing digital

07 Análisis, interpretación estratégica y toma de decisiones basada en datos de marketing

7.1. Del dato al insight: metodología de análisis e interpretación de resultados de marketing
7.2. Elaboración de informes ejecutivos de marketing orientados a la acción
7.3. Toma de decisiones estratégicas basada en indicadores de marketing digital
7.4. Tendencias emergentes en medición y analítica de marketing digital
7.5. Caso integrador: diseño e implementación de un sistema completo de medición y cuadro de mando

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06 **Contenidos actualizados**
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07 **El curso, por escrito**
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08 **Autónomo, pero acompañado**
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09 **Enseñanza adaptada**
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10 **Estudio sencillo e intuitivo**
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

