



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Marketing Digital

MODALIDAD EN LÍNEA

SÍLABO

MEDICIÓN Y ANALÍTICA WEB

NIVEL

CUARTO

AMBATO - ECUADOR
2026

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	2
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	32
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	64
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	96

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito El propósito de la asignatura es proporcionar a los estudiantes una comprensión integral de las herramientas de medición analítica web. Se enfocará en comprender, configurar y analizar indicadores clave de rendimiento (KPI) en entornos digitales. Los estudiantes aprenderán a medir la efectividad de campañas digitales, identificar oportunidades de optimización y tomar decisiones basadas en datos.

Descripción de la asignatura La asignatura Medición y Analítica Web brinda al estudiante competencias teóricas y prácticas para el seguimiento, evaluación y optimización de campañas digitales, mediante el uso de herramientas especializadas de medición y analítica web, aplicando indicadores clave de rendimiento. El contenido se encuentra estructurado en 4 unidades curriculares que abarcan: 1) KPIs y principales KPIs en marketing, 2) Herramientas de medición y analítica web, 3) Fijación de indicadores y funnel de conversión, y 4) Seguimiento de funnel y desarrollo de campaña digital. La metodología de enseñanza combina el método expositivo, el aprendizaje basado en evidencias y el aprendizaje basado en proyectos. Como resultado de aprendizaje, el estudiante utiliza herramientas de analítica para el seguimiento de una campaña digital.

Objetivo general de la asignatura Integrar los conocimientos sobre herramientas de medición y analítica web desarrollando habilidades para el seguimiento y optimización de campañas digitales, aplicando indicadores clave de rendimiento y análisis que permitan mejorar los resultados.

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Comprender los fundamentos de la analítica digital y la utilidad de los KPI en la medición de objetivos
- 2.-Explorar las herramientas de medición y analítica para el análisis de datos en la web.
- 3.-Comprender la fijación de indicadores clave en las fases del funnel de conversión para la detección de oportunidades de optimización.
- 4.-Aplicar el seguimiento del funnel de conversión en el desarrollo de campañas digitales y monitoreo de resultados.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Comprender los fundamentos de la analítica digital y la utilidad de los KPI en la medición de objetivos			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
1.1.- Introducción a la analítica digital: definición, importancia y aplicaciones en marketing	3	0	6	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
1.2.- Tipos de KPI: cuantitativos y cualitativos, principales KPI en sitios web, creación de KPI	3	6	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	TOTAL HORAS: 18

Resultados de aprendizaje: Comprende los fundamentos de la analítica digital y la utilidad de los KPI en la medición de objetivos, a través de la aplicación de kpis en una auditoría de redes sociales en una empresa de la localidad.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Evidencias, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Internet, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Pensamiento crítico, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Explorar las herramientas de medición y analítica para el análisis de datos en la web.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
2.1.- Herramientas de analítica digital	3	0	6	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
2.2.- Monitoreo e interpretación de métricas	3	6	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	TOTAL HORAS: 18

Resultados de aprendizaje: Explora las herramientas de medición y analítica para el análisis de datos en la web, a través de un reporte analítico simulado de una empresa de la localidad.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Evidencias, Método expositivo

Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Otros, Internet, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Comprender la fijación de indicadores clave en las fases del funnel de conversión para la detección de oportunidades de optimización.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
3.1.- Fijación de indicadores para campañas	5	0	10	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
3.2.- Funnel de conversión digital: Etapas (awareness, consideration, conversion, loyalty) y aplicación de indicadores por etapa	5	10	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	10	10	10	TOTAL HORAS: 30

Resultados de aprendizaje: Comprende la fijación de indicadores clave en las fases del funnel de conversión para la detección de oportunidades de optimización, a través de una auditoría de funnel y propuesta de optimización en empresa local
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Internet, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Pensamiento crítico, La resolución de conflictos, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Aplicar el seguimiento del funnel de conversión en el desarrollo de campañas digitales y monitoreo de resultados.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
4.1.- Seguimiento del funnel en campañas digitales: Integración del funnel de conversión con objetivos de campaña en Meta Ads.	5	0	10	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
4.2.- Campañas digitales: configuración y monitoreo de desempeño.	5	10	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	10	10	10	TOTAL HORAS: 30

Resultados de aprendizaje: Aplica el seguimiento del funnel de conversión en el desarrollo de campañas digitales y monitoreo de resultados, a través del desarrollo de una campaña online y su respectivo informe de desempeño.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Internet, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula Virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Pensamiento crítico, La resolución de conflictos, Adaptabilidad, Responsabilidad

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

Aula Virtual: permite a los estudiantes acceder a contenidos interactivos, realizar prácticas de desarrollo y participar en foros de discusión. Facilita la entrega y evaluación de talleres y tareas, proporcionando retroalimentación en tiempo real. Además, fomenta el aprendizaje autónomo mediante recursos como videotutoriales y herramientas digitales.

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Comprender los fundamentos de la analítica digital y la utilidad de los KPI en la medición de objetivos	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
2.- Explorar las herramientas de medición y analítica para el análisis de datos en la web.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
3.- Comprender la fijación de indicadores clave en las fases del funnel de conversión para la detección de oportunidades de optimización.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
4.- Aplicar el seguimiento del funnel de conversión en el desarrollo de campañas digitales y monitoreo de resultados.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Lebrón, Carlos	2011	Analítica web con Google Analytics	1	Bubok Publishing S.L.	España Madrid	1	68	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía clásica. Es una guía práctica y accesible para usuarios que desean comprender y utilizar eficazmente Google Analytics.								
URL: https://0x102pw0l-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/55606?prev=fs								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Morales, Maribel	2010	Analítica web para empresas: arte, ingenio y anticipación	1	Editorial UOC	España Barcelona	1	176	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía clásica. Este libro muestra cómo las empresas pueden usar la analítica web para mejorar la toma de decisiones y optimizar su presencia digital. Se centra en definir objetivos, KPIs y estrategias basadas en datos combinando métricas.								
URL: https://0x102pw3c-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/33507?prev=fs								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Sandulescu Budea, Alexandra	2017	Fundamentos de Métrica Digital en Ciencias de la Comunicación	1	Editorial UOC	España Barcelona	1	103	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía contemporánea. La estructura del libro está diseñada de modo que el alumno entienda cada uno de los conceptos teóricos, y como después estos vienen representados a través de su respectiva herramienta.								
URL: https://0x102pw3c-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/116313?prev=fs								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Gómez-Zorrilla, José Sánchez-Piña, Daniel	2022	Guía Práctica de Analítica Digital : ROI, KPI y Métricas. Cómo Medir y Optimizar Tu Estrategia Digital para Potenciar Tu Negocio	1	Lid Editorial Empresarial S.L.	España Madrid	1	153	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								

Comentario:	Bibliografía contemporánea. El libro ofrece una manera sencilla a optimizar y medir tu estrategia de marketing digital paso a paso y con ejemplos reales para que cumpla su misión.
URL:	https://0x102pw3c-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/270603?prev=fs

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Muñoz Cevallos, Erika	2024	Analítica web y redes sociales	1	Editorial del Instituto Superior Tecnológico España (ISTE)	Ecuador Ambato	1	57	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía contemporánea. Este libro guía recopila información y nociones base de la analítica web y las redes sociales, dando una introducción general de los elementos componentes.								
URL: https://0x102pw0l-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/283276?prev=fs								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Casas-Roma, Jordi Pérez-Sola, Cristina	2016	Análisis de datos de redes sociales	1	Editorial UOC	España Barcelona	1	182	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía contemporánea. Este libro presenta una introducción al análisis de redes sociales.								
URL: https://0x102pw3c-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/58554?prev=fs								

