

**CÓDIGO**  
11B05C04

**DURACIÓN**  
40 horas

**NIVEL DE FORMACIÓN**  
Medio/Avanzado

### Dirigido a

*Profesionales de área de marketing que quieran ampliar su conocimiento sobre Analítica Digital encarando el verdadero núcleo de cualquier proyecto, con un especial énfasis en directores y mandos intermedios de Pymes.*

### Descripción

*Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá que es un plan de Analítica Digital, así como la herramienta Google Analytics y su funcionalidad e implantación.*

## COMPETENCIAS

1. Conocer qué es un plan de Analítica Digital y su metodología para tener claro la cronología, el coste en recursos y los beneficios que aporta a una organización.
2. Conocer la interfaz y la estructura de Google Analytics para familiarizarnos con la herramienta, su interfaz y funcionalidades.
3. Saber implementar Google Analytics para comprender la dificultad técnica que conlleva.
4. Saber configurar una cuenta, propiedad y vista en Google Analytics para poder recoger los datos necesarios correctamente.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber establecer Objetivos, KPIs, Segmentos, Análisis de situación, Alertas y Reporting.
2. Saber las diferencias entre cuenta, propiedad y vista de Google Analytics.
3. Saber implementar Google Analytics.
4. Saber las diferencias entre cuenta, propiedad y vista de Google Analytics.

## CONTENIDOS

### Unidad 1. El plan de Analítica Digital

1. ¿Qué papel juega la Analítica Digital dentro del canal online de una empresa?
2. Las herramientas del analista digital.
  - 2.1 Proceso y metodología para empezar un proyecto de Analítica Digital.
  - 2.2 La finalidad del proyecto de Analítica Digital.

Unidad 2. Introducción a Google Analytics.

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Interfaz.
  - 2.1 Menú de selección de cuentas.
  - 2.2 Menú lateral.
  - 2.3 Iconos superiores.
  - 2.4 Periodos de tiempo y comparaciones.
  - 2.5 Visualización por días, semanas o meses.
  - 2.6 Anotaciones.
  - 2.7 Selección y comparación de métricas en un gráfico.
  - 2.8 Cambiar el tipo de gráfico principal.
  - 2.9 Tipología de datos.
  - 2.10 Dimensiones primarias y secundarias.
  - 2.11 Visualización de los datos.
  - 2.12 Aumento del número de filas de las tablas.
  - 2.13 Opciones de filtrado.
  - 2.14 Segmentos: selección, comparación y creación.

Unidad 3. Google Analytics: Implementación.

1. Implementación: tipos.
  - 1.1 Directa.
  - 1.2 Mediante GTM.
  - 1.3 En WordPress.
2. Auditoria básica de la implementación.

Unidad 4. Google Analytics: Configuración.

1. La estructura de Google Analytics.
2. Tutorial de creación de cuentas.
  - 2.1 Configuración.
3. Propiedad.
  - 3.1 Configuración de la propiedad.
  - 3.2 Usuarios.
  - 3.3 Información de seguimiento.
  - 3.4 Enlazar con otros productos de Google.
  - 3.5 Notificaciones de conversiones.
  - 3.6 Audiencias.
  - 3.7 Definiciones personalizadas.
  - 3.8 Importar datos.
4. Vista
  - 4.1 Configuración de la vista.
  - 4.2 Usuarios.
  - 4.3 Objetivos.
  - 4.4 Agrupaciones de contenido.
  - 4.5 Filtros.
  - 4.6 Configuración del canal.
  - 4.7 Comercio electrónico.
  - 4.8 Métricas calculadas.
  - 4.9 Herramientas y elementos personales.