

CURSO LIBRE

ANALÍTICA DIGITAL CON GOOGLE ANALYTICS



Este curso facilitará entender por qué es importante el análisis digital y medir el desempeño de un sitio web. Revisaremos todo lo que nos brinda esta herramienta, empezando por las características demográficas y de comportamiento de tu público. Además, interpretaremos los datos, aprenderemos a realizar análisis y a entender los diferentes tipos de informes. Todo este conocimiento y práctica tiene como propósito aprender a monitorear y entender el comportamiento de nuestros clientes, para así lograr diseñar estrategias de mercadeo digital efectivas.



DURACIÓN

24 horas.



DIRIGIDO A

Estudiantes.
Profesionales.
Público en general.



ACCESO

Capacitate desde cualquier departamento del Perú.

OBJETIVOS DEL CURSO

El participante al final del curso será capaz de:

- Monitorear y entender el comportamiento de los clientes para diseñar estrategias de mercadeo efectivas. Conocer los conceptos claves de Google Analytics, terminologías y alcance de Google Analytics. Configuración e implementación básica de una cuenta de Google Analytics. Uso de los principales reportes y Dashboards de Google Analytics. Configuración de objetivos, eventos y conversiones. Generar reportes y Dashboards personalizados. Crear Audiencias para campañas de Re-Marketing en Google Ads y Facebook ADS.

Curso de Nivel Básico

- OBLIGATORIO LLEVAR EL CURSO DE MARKETING DIGITAL

CONOCIMIENTOS PREVIOS

REQUERIMIENTOS

MODALIDAD ONLINE

- Procesador - 1 GHz o más rápido o sistema en un chip (SoC).
- RAM - 1 GB para 32 bits o 2 GB para 64 bits.
- Espacio Libre - 16 GB para un SO de 32 bits o 32 GB para un SO de 64 bits.
- Tarjeta gráfica - DirectX 9 o posterior con un controlador WDDM 1.0.
- Pantalla - 800x600 resolución.
- Conexión a internet estable.

MODALIDAD PRESENCIAL

- Sistemas UNI provee el equipo necesario para el correcto desarrollo del curso.
- Sistemas UNI brinda laboratorios de práctica de lunes a viernes según el horario establecido.

Método de calificación.

- La evaluación de cursos será totalmente práctica. Se realizarán entre 4 y 5 prácticas de las cuales se eliminará la nota más baja y se obtendrá un promedio (PP). Durante la última sesión se realizará un examen final (EF), el cual se promediará con la nota de prácticas y de esta manera se tendrá la calificación final.

CÁLCULO DE NOTA FINAL

Promedio de Prácticas:

$$PP = \frac{PR1 + PR2 + PR3 + PR4 - MENOR(PR)}{3}$$

Nota Final:

$$NF = \frac{PP + EF \text{ (evaluación final)}}{2}$$

HADWARE Y SOFTWARE

TEMA 1

INTRODUCCIÓN
A LA ANALITICA DIGITAL

- Que es la Analítica Digital?
- La importancia de la analítica digital
- Técnicas de análisis fundamentales
- Conversiones y atribución de conversiones
- Crear un plan de medición

ENTORNO WINDOS 10

TEMA 2

GOOGLE ANALYTICS
INTRODUCCIÓN

- ¿Qué es, Para que sirve, Cómo funciona Google Analytics?
- Creación y Configuración de una cuenta de Google Analytcs
- Conceptos básicos sobre la estructura de la cuenta
- Niveles de Acceso a la cuenta de Google Analytcs
- Definiciones métricas y dimensiones
- Configuración de perfiles
- Verificación de configuración
- Configuración de filtros básicos
- Implementación del Código de seguimiento en un sitio web con Wordpress
- Verificación en el informe en Tiempo Real

CONFIGURACIONES Y USUARIOS

TEMA 3

GOOGLE ANALYTICS
INFORMES - I

- INFORMES DE AUDIENCIA
 - o Usuarios Activos, Explorador de Usuarios, Datos Demográficos, Intereses, Información Geográfica, Tecnología, Dispositivos Móviles, Flujo de Usuarios, etc.
- INFORMES DE ADQUISICIÓN
 - o Identificación del Tráfico, Canales de Visitas al Sitio Web, Google ADS, Search Console y Medios Sociales.

HERRAMIENTAS EXTERNAS E INTERNAS

TEMA 4

GOOGLE ANALYTICS
INFORMES - II

- INFORMES DE COMPORTAMIENTO
 - o Contenido del sitio, velocidad del sitio, búsquedas en el sitio y eventos.
- Generar UTM's para medios externos
- Eventos: Concepto y configuraciones.
- INFORMES DE CONVERSIONES
 - o Tipos de Objetivos, comercio electrónico, etc.

HADWARE Y SOFTWARE

TEMA 5

SEM – GOOGLE ANALYTICS
REMARKETING

- ¿Qué es Re-Marketing?
- Etapas del re-marketing
- Vincular Google Analytics con Google ADS
- Creación de Audiencias
- Creación de Campañas publicitarias en la Red de Display con Google ADS

ENTORNO WINDOS 10

TEMA 6

GOOGLE ANALYTICS CONSTRUCCIÓN
DE INFORMES y DASHBOARDS

- Personalizar los informes estándares
- Creación de informes personalizados
- Creación de Dashboards personalizados

CONFIGURACIONES Y USUARIOS

TEMA 7

GOOGLE ANALYTICS
CONVERSIONES Y OBJETIVOS

- ¿Qué es una conversión?
- ¿Qué es un objetivo?
- Tipos de objetivos
- Embudo de conversión
- Creación de los diferentes tipos de objetivos
- Creación de objetivos tipo eventos.

HERRAMIENTAS EXTERNAS E INTERNAS

TEMA 8

GOOGLE MARKETING PLATFORM

- GOOGLE DATA STUDIO
o Agrupa los datos y Examinar los Datos en un solo lugar
o Creación de informes atractivos para compartir datos
o Identificación de diferentes Fuentes de datos
- GOOGLE OPTIMIZA
o Pruebas A/B, multivariante y de redirección