



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.

• Conocimientos Previos

curso de marketing digital.

• 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.

■ Dirigido a:

Estudiantes, Profesionales
y Público en General

Duración
del curso

24
HORAS.

■ Evaluación

Será totalmente práctica. Se realizarán entre 4 o 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

PROMEDIO DE PRÁCTICAS:

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

NOTA FINAL:

$$NF = PP + EF$$

■ Modalidad Online

Requiere una PC con las siguientes características:

- Procesador - 1GHZ o más rápido / en un chip (SOC).
- RAM - 1GB para 32 Bits o 2GB para 64.
- Espacio Libre 16GB - SO de 32 bits / 32GB - SO de 64 bits.
- Una tarjeta gráfica - DirectX 9, posterior o controlador WDDM 1.0.
- Pantalla - 800x 600 resolución.
- Conexión a internet estable.

■ Conéctate a nuestras diferentes Plataformas Digitales:

Tel.: 200 - 9060 Opción 1

E-mail: sisuni.info@uni.edu.pe

www.sistemasuni.edu.pe



“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

CLASE #01

- 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.
- ¿Qué es, Para que sirve, Cómo funciona Google Analytics?
- Creación y Configuración de una cuenta de Google Analytics.
- Conceptos básicos sobre la estructura de la cuenta.
- Niveles de Acceso a la cuenta de Google Analytics.
- 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.

CLASE #03

- 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.
- GOOGLE ANALYTICS CONSTRUCCIÓN DE INFORMES y DASHBOARDS.
- Personalizar los informes estándares.
- Creación de informes personalizados.
- Creación de Dashboards personalizados.

CLASE #02

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

CLASE #04

- 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.
- GOOGLE MARKETING PLATFORM GOOGLE DATA STUDIO o Agrupa los datos y Examinarlos 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.