

Google Analytics. Anàlisi Digital.

Familia professional: Marketing digital

Modalidad: Teleformació

Duració: 70 hores

Objetivos:

- Saber indicar los objetivos de un site y como contribuyen a los objetivos de la empresa.
- Seleccionar los KPIs adecuados que definen el éxito de un negocio digital.
- Saber establecer Objetivos, KPIs, Segmentos, Análisis de situación, Alertas y Reporting.
- Saber las diferencias entre cuenta, propiedad y vista de Google Analytics.
- Saber definir el perfilado de los usuarios de un site.
- Saber cómo acceden los usuarios a un site.
- Saber cuáles son los eventos y URLs principales de un site.
- Saber cómo de exitoso es un site en función de sus objetivos.
- Saber crear el informe personalizado y segmento que necesitemos.
- Saber implementar Google Analytics.
- Saber las diferencias entre cuenta, propiedad y vista de Google Analytics.

Contenidos:

Unidad 1. Qué es la Anàlisi Digital.

1. Definición de Anàlisi Digital.
2. Historia y evolución de la Anàlisi Digital.
3. ¿Qué se puede medir en un producto digital?
4. Tipos de herramientas según la procedencia de los datos.
5. Evolución de las herramientas Site centric.
6. El ciclo de la Anàlisi Digital.
7. ¿Por dónde empezar? Por los objetivos de negocio.
8. ¿Por dónde continuar? Por los usuarios.
9. El Analista Digital.

Unidad 2. Métricas vs KPIs.

1. ¿Qué es una métrica y qué es un KPI? Diferencias.
2. Métricas más comunes de la Anàlisi Digital.
3. Métricas vs dimensiones. Algunas definiciones más.
4. KPIs recomendables según el tipo de site.

Unidad 3. El plan de Anàlisi Digital

1. ¿Qué papel juega la Anàlisi Digital dentro del canal online de una empresa?

2. Las herramientas del analista digital

Unidad 4. Introducción a Google Analytics.

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Interfaz

Unidad 5. Google Analytics: informe de Audiencia.

1. Contenidos del informe e importancia.
2. Visión general.
3. Usuarios activos.
4. Valor del tiempo de vida del cliente.
5. Audiencias.
6. Explorador de usuarios.
7. Datos de usuarios.

Unidad 6. Google Analytics: informe de Adquisición.

1. Contenido del informe e importancia.
2. Visión general.
3. Todo el tráfico.
4. Google Ads
5. Search Console.
6. Medios sociales.
7. Campañas.

Unidad 7. Google Analytics: informe de Comportamiento.

1. Definición e importancia.
2. Flujo del comportamiento.
3. Contenido del sitio.
4. Velocidad del sitio.
5. Búsqueda en el sitio.
6. Eventos.
7. Editor.
8. Experimentos.

Unidad 8. Google Analytics: informe de Conversiones.

1. Definición e importancia.
2. Objetivos.
3. Comercio electrónico.
4. Embudos multicanal.
5. Atribución

Unidad 9. Google Analytics: Personalización y Tiempo Real.

1. Personalización
2. Informes personalizados.

3. Los informes de En tiempo real.

Unidad 10. Google Analytics: Implementación.

1. Implementación: tipos.
2. Auditoria básica de la implementación.

Unidad 11. Google Analytics: Configuración.

1. La estructura de Google Analytics.
 2. Tutorial de creación de cuentas.
 3. Propiedad.
 4. Vista
-

Información específica

“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”

Fecha de inicio y fecha de fin: Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

Metodología: La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

Requisitos de acceso: Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

Material necesario para el desarrollo de la formación: El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

Evaluación: Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

Medios de contacto: Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico

(didactic@didacticformacion.com)

Acreditación de los docentes: Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

Precio del curso: El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.