

Programa: *Web Analytics*

Módulo 1: La base de Google Analytics

Unidad 1.1: Implementación

- 1.1.1 ¿Qué es Google Analytics?
- 1.1.2 Creación de una cuenta de Google Analytics
- 1.1.3 Generación e implementación de código
- 1.1.4 *Test* para verificar que la implementación sea exitosa

Unidad 1.2: Configuración de Google Analytics

- 1.2.1 Niveles de Google Analytics
- 1.2.2 Configuraciones de cuenta
- 1.2.3 Configuraciones de propiedades
- 1.2.4 Configuraciones de vistas

Módulo 2: Métricas y KPI de Google Analytics

Unidad 2.1: Métricas y KPI

- 2.1.1 Los KPI y las métricas
- 2.1.2 KPI y métricas disponibles en Google Analytics
- 2.1.3 Métricas de audiencia
- 2.1.4 Métricas de adquisición. Principales reportes disponibles en Google Analytics
- 2.1.5 Estructura de los datos en reportes de Google Analytics
- 2.1.6 Interpretación de la información que brindan los principales reportes de *Analytics*

Unidad 2.2: Métricas y KPI aplicados al negocio

- 2.2.1 Métricas de comportamiento
- 2.2.2 Métricas de conversión
- 2.2.3 Atribución
- 2.2.4 *Analytics* en tiempo real

Módulo 3: Objetivos, segmentos avanzados, filtros y reportes personalizados

Unidad 3.1: Objetivos y segmentos en Google Analytics

- 3.1.1 Objetivos en Google Analytics
- 3.1.2 Configuración de objetivos
- 3.1.3 Segmentos avanzados en Google Analytics
- 3.1.4 Configuración de segmentos avanzados

Unidad 3.2: Filtros y reportes personalizados en Google Analytics

- 3.2.1 Filtros en Google Analytics
- 3.2.2 Configuración de filtros
- 3.2.3 Reportes personalizados en Google Analytics
- 3.2.4 Configuración de reportes personalizados

Módulo 4: Otras herramientas de *web analytics*

Unidad 4.1: Google Tag Manager

- 4.1.1 Medición de campañas de *marketing*
- 4.1.2 Seguimiento personalizado de *links* y URL
- 4.1.3 Configuración de Tag Manager
- 4.1.4 Gestión de etiquetas

Unidad 4.2: *Web analytics* en Facebook

- 4.1.1 Eventos en nuestro sitio web y su vinculación con Facebook
- 4.1.2 Facebook Analytics
- 4.1.3 Herramienta de creación de eventos
- 4.1.4 Creación de audiencias en Facebook basadas en eventos

Bibliografía

Sharma, H. (2019). *Attribution Modelling in Google Ads and Facebook*. Estados Unidos: Independent.

Mokalis, A.; Davis, J. (2018). *Google Analytics Demystified*. Estados Unidos: CreateSpace.

Kaushik, A. (2010). *Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability & Science of Customer Centricity*. Estados Unidos: Wiley Publishing Inc.

Objetivos

El planteo de objetivos le permitirá tener una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza-aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: los objetivos indican lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a las metas de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos.

Objetivo general

- Aprender a implementar herramientas de *web analytics* y generar información para realizar su respectivo análisis.

Objetivos específicos

- Formarse en las principales herramientas de *web analytics*.
- Conocer cómo realizar una implementación técnica de las herramientas de *web analytics* y cómo comenzar a medir resultados y generar información relevante.
- Aprender el significado de las principales métricas y las técnicas básicas de análisis de información.

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son las siguientes.

Competencias genéricas

- **Trabajo en equipo y colaborativo:** capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta *performance*.
- **Capacidad de análisis y reflexión:** capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- **Creatividad y soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** capacidad para dar alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

- Capacidad para generar información de la medición del ecosistema *online*, aplicar técnicas de análisis para el entendimiento de tendencias e interpretar estas tendencias para fomentar el alcance de objetivos de negocio.