



Objetivo

La Analítica Web de Google (Google Analytics) se ha convertido en una actividad ineludible en el seno de toda actividad que cuente con una presencia estratégica en Internet.

El valor añadido y principal objetivo de este curso es que el alumno adquiera conocimientos avanzados y sólidos en analítica web, siguiendo los contenidos del examen de certificación oficial IQ de Google Analytics y consiga la certificación oficial que acredita su dominio de la herramienta Google Analytics, mediante la realización del examen oficial de Google.

Los exámenes oficiales se realizarán presencialmente durante el curso y contarán con profesorado certificado en Google Analytics. Los exámenes oficiales no tienen coste adicional.

A quién va dirigido

El curso va dirigido a todas aquellas personas quieran conocer en profundidad la herramienta Google Analytics y realizar un curso presencial con el fin de conseguir la certificación de Google Analytics, tutorizados por profesorado cualificado y certificado en Google Analytics.

Ponente

D. Arturo Argilés

*Consultor de marketing online. Especialista SEO
Certificado en Google Analytics y Google AdWords*

Metodología:

Curso asistido con ordenador.
(portátil del alumno, consultar disponibilidad)

Fechas: 17, 18, 24, 25 de noviembre,
1 y 2 de diciembre 2017

Horario: viernes 16-21h y sábado 9-14h (último
sábado 9- 12h)

Importe: 395 €* (PLAZAS LIMITADAS)

*FORMACIÓN BONIFICABLE POR:



Programa

□ Introducción a la analítica web con Google Analytics

Introducción a la analítica web. Puesta en marcha de Google Analytics. Fundamentos de Google Analytics. Conociendo la Interfaz. KPIs básicos: Pageviews, Visits & Visitors. Métricas de tiempo. Gestión de visitas y usuarios. Gestión de Dominios y Subdominios. Tracking entre dispositivos.

□ Medición de campañas

Tracking de campañas online. Integración con Google Adwords. Análisis de campañas de Google Adwords. Informes sociales. Interacciones sociales. Tracking de campañas internas.

□ Conversiones. Análisis y atribuciones

Definición de Objetivos en Google Analytics. Embudos de conversión. Google Experiments. Informes multicanal. Modelos de atribución.

□ Análisis E-Commerce

Puesta en marcha. Tracking e-commerce. KPIs y Métricas para medir el rendimiento en E-Commerce. Informes de E-commerce. Seguimiento de Eventos.

□ Generación de Informes

Informes de audiencia, adquisición, comportamiento, AdWords. Informes personalizados. Fuentes de tráfico. Informes de conversión de visitas. Análisis de la audiencia. Informes de dispositivos móviles y multiplataforma. Site Performance. Real Time. Paneles de Google Analytics. Cuadros de mando y Dashboards

□ Análisis Avanzado

Segmentos avanzados. Definición y alta de filtros. Eventos de Intelligence. Análisis de búsqueda interna. Universal Analytics.

□ Aspectos técnicos

Las Cookies de Google Analytics. Trackeo de interacciones Sociales. Tracking de eventos. Páginas virtuales. Personalización del código de seguimiento. Integración con Webmasters Tools. Google Tag Manager. Gestión de cuentas y usuarios.

□ Realización de exámenes oficiales durante el curso