



## IFCD88. Google Analytics y Google Metatags

**Sku:** 40349IN

**Horas:** 30

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

- Comprender la información que reporta *Google Analytics*, saber utilizarla y conocer mejor el funcionamiento de un negocio
- Comprender el funcionamiento de las herramientas analíticas de *Googley* aprender a sacar partido a la información, así como organizarla para obtener resultados en base a la misma.
- Conocer el funcionamiento y los elementos necesarios para que la herramienta analítica de *Google* pueda recopilar los datos.
- Conocer la información que facilitan los informes de *Google Analytics*.
- Conocer la importancia de los embudos de conversión para evaluar la consecución de los objetivos.
- Conocer los eventos en *Google Analytics*.
- Introducir al participante en el uso de *Google Tag Manager*.

### CONTENIDOS

**UD1: Introducción a *Google Analytics*, códigos de seguimiento y configuración de la cuenta.**

- Introducción a *Google Analytics*.
- ¿Qué es *Google Analytics*?
- Crear y configurar una cuenta de *Google Analytics*.
- Iniciar sesión en *Google Analytics*.
- Configuración de *Google Analytics*.
- Cuentas, propiedades y vistas.
- Incorporar código de seguimiento.
- Verificar que *Google Analytics* recibe datos.
- Gestión de usuarios.
- Cambiar la configuración de la cuenta de *Google Analytics*.

## **UD2: Prácticas elaborando diferentes tipos de informes.**

- Los informes en la analítica web.
- Los informes en *Universal Analytics*:
  - Informes en tiempo real.
  - Informes de audiencia.
  - Informes de adquisición.
  - Informes de comportamiento.
  - Informes de conversiones.
  - Informes personalizados.
- Los informes en *Google Analytics 4 (GA4)*:
  - Los cambios en *Google Analytics 4 (GA4)*.
  - Nuevos informes.
  - Navegación por la interfaz.
  - Vista general de informes de *GoogleAnalytics 4*.
  - Vista general en tiempo real de *Google Analytics 4*.
  - Informes de ciclo de vida de *Google Analytics 4*:
    - Informes de adquisición.
    - Informes de interacción.
    - Informes de monetización.
    - Informes de retención.
  - Informes de usuarios de *Google Analytics 4*:
    - Informes de grupos demográficos.
    - Informes de tecnología.

## **UD3: Embudos de conversión de objetivos.**

- Qué son los embudos de conversión.
- Beneficios de los embudos de conversión.
- Fases de un embudo de conversión:
  - Etapa de atracción.
  - Etapa de captación.
  - Etapa de consideración o cultivo.
  - Etapa de conversión o venta.
  - Etapa de fidelización.
  - Monitorización.
- Elementos a tener en cuenta al crear un embudo de conversión.
- Los embudos de conversión en *Google Analytics*:
  - Los embudos de conversión en *Universal Analytics*.
  - Informes del embudo de conversión en *Universal Analytics*.
  - Los embudos de conversión en *Google Analytics GA4*.
  - Informe del embudo de ventas en *Google Analytics 4 GA4*.

## **UD4: Introducción a los eventos y *Google Tag Manager* .**

- Eventos en *Google Analytics*:
  - Qué son los eventos.
  - Para qué sirven los eventos.

- Tipos de eventos en *Google Analytics*.
- Creación de eventos en *Google Analytics*:
  - Creación de eventos en *Universal Analytics*.
  - Creación de eventos en *Google Analytics 4 (GA4)*.
- *Google Tag Manager (GTM)*:
  - ¿Qué es *Google Tag Manager*?
  - ¿En qué consiste *Tag Manager*?
  - Ventajas de usar *Google Tag Manager (GTM)*.
  - Términos de *Google Tag Manager (GTM)*.
  - Creación de cuenta en *Google Tag Manager (GTM)*
  - Estructura de *Google Tag Manager*.
  - Implementación del código *Google Analytics 4* en una página usando *Tag Manager*.