

DIPLOMADO DE GOOGLE ANALYTICS 4 Y ANALÍTICA WEB AVANZADA

Google Analytics 4 potencia el análisis de datos con la finalidad de poder tomar mejores decisiones tanto, en el posicionamiento de marcas personales, como en la performance digital de una empresa moderna. Google Analytics Universal tiene fecha de expiración para dar paso a Google Analytics 4, esta es la principal plataforma de análisis de datos del mercado. Ha logrado una gran base de implementación gracias al soporte de la compañía de Mountain View, además de ser una herramienta muy completa en su versión gratuita. Por lo anterior, decidimos desarrollar este programa educativo, entregando una propuesta de valor robusta y enriquecida. Respecto al cuerpo docente, todos están activos en agencias o bien, son consultores y están certificados por Google, adicionalmente, cuentan con un alto nivel de conexión con los diversos sectores industriales de Latinoamérica, donde aplican este tipo de software.

¿A quién está dirigido?

- Especialistas en Marketing y/o comunicación Digital.
- Emprendedores.
- Consultores.
- Directivos.
- Cualquier persona que necesite entender la nueva versión de Google Analytics 4 para mejorar su negocio/startup/profesión.



Modalidad
Online



Duración de Programa
100 horas



Mail
postgrados@ugm.cl



Fono
600 401 00 62

Postgrados
UGM



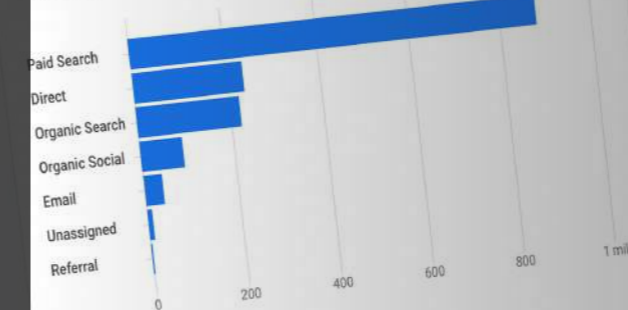
Pruebe a buscar "cómo activar Google signals"

2/2 eventos de conversión Añadir filtro +

Resumen de publicidad

¿EN QUÉ CANALES SE COMPLETAN MÁS CONVERSIONES?

Conversiones por Canales predeterminados



Estadísticas

ESTADÍSTICAS

Repunte en el número de usuarios para la fuente "laborum"
Del 14 al 20 de agosto de 2022

Ver todas las estadísticas →

¿EN QUÉ PUNTOS DE CONTACTO COMPLETAN CONVERSIONES LOS CLIENTES?

Rutas de conversión

 Google
Analytics 4

Malla curricular

MÓDULO 1

ANÁLITICA WEB AVANZADA Y ESTRATEGIA DE MÉTRICAS DIGITALES CON GOOGLE ANALYTICS.

Contenidos:

- Presentación del profesor.
- Presentación y objetivos del curso.
- Documentación y recursos adicionales.
- Configuración básica de una cuenta de Google Analytics.
- Configuración avanzada de cuenta.
- Vistas o perfiles.
- Filtros.
- Segmentos.
- Alertas.
- Paneles.
- Taller práctico: práctica de configuración de una cuenta de Google Analytics 4 y revisión

MÓDULO 2

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y MEDICIÓN DE CAMPAÑAS

Contenidos:

- Reporte de Audiencias: perfilando a nuestras visitas.
- Vista general.
- Reportes demográficos y de intereses.
- Reporte de comportamiento.
- Reporte de Adquisición: Tráfico y Canales.
- Fuentes de tráfico y agrupación de canales.
- Análisis de canales.
- Reporte de campañas y etiquetado con URL Builder.
- Google Adwords y enlaces de cuenta.

MÓDULO 3

GOOGLE ANALYTICS 4: TÉCNICAS DE ANALÍTICA WEB

Contenidos:

- Comportamiento y contenido.
- Análisis de contenido.
- Agrupaciones de contenido.
- Búsqueda en el sitio.
- Velocidad del sitio.
- Eventos.
- Experimentos de contenido: buscando la landing page óptima para nuestro sitio
- Reporte de Conversiones.
- Objetivos de conversión.

MÓDULO 4

TOMA DE DECISIONES COMERCIALES CON GOOGLE ANALYTICS

Contenidos:

- Cómo Establecer KPI para la toma de decisión.
- Framework de métricas. Metodología "See, Think, Do, Care" de Avinash Kaushik.
- Casos de éxito de Analítica Web.
- Google Analytics 4.
- Taller práctico (Recopilación de datos para caso a trabajar en sexta clase).
- Caso Práctico de Analítica Web.
- Poniendo en práctica del Framework (marco de trabajo) de Google Analytics.

Docentes



SEBASTIÁN SAAVEDRA

Gerente Comercial de Agencia DRY, cofundador de PeraCRM, fundador de EseSeguros, MGET UAI, mentor en marketing y ventas. Cofundador de SmartProspect, emprendimiento tecnológico que busca acercar a emprendedores y microempresas de Latam, al mundo de la tecnología y el relacionamiento con potenciales clientes.



PABLO SEGOVIA

Periodista con diez años de experiencia en Marketing Digital. Actualmente se desempeña como Fundador & CEO de Fly Metrics. Certificado en Google Analytics, Google Ads, Ventas de Publicidad digital y DoubleClick. Diplomado en Dirección de Marketing Aplicado. Magister en Dirección Comercial y Marketing Estratégico. Profesor del Diplomado en Marketing Digital y eCommerce de la Universidad Adolfo Ibáñez, profesor de Pregrado de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo y de la Universidad Andrés Bello.



ROMMY CARRASCO

Jefa de proyecto, Dirección digital, Pontificia Universidad Católica de Chile. Publicista de la Universidad Andrés Bello, Magister en Comunicación Estratégica UC. Docente en Marketing Digital, Capacitación y Desarrollo UC.



JOHN PROVIDEL

Coordinador de Analítica Digital y SEO, Pontificia Universidad Católica de Chile. Ingeniero de Ejecución en Informática, DUOC UC. Docente Capacitación y Desarrollo UC.