

ANALÍTICA Y MARKETING DIGITAL

N.º expediente: PS20230074

N.º acción: 4

N.º grupo: 101

Entidad: CENTRO FORMACIÓN AFS, S.L

Horas: 30h

Modalidad: Teleformación

Responsable: Sara Sánchez

Email: sarasanchez@afsformacion.com

Telf.: 625 036 012

Fecha inicio: 15-03-2024

Fecha fin: 01-04-2024

Horario: 12:00-15:00

marzo							abril						
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
				01	02	03						30	31
04	05	06	07	08	09	10	01	02	03	04	05	06	07
11	12	13	14	15	16	17	08	09	10	11	12	13	14
18	19	20	21	22	23	24	15	16	17	18	19	20	21
25	26	27	28	29	30	31	22	23	24	25	26	27	28
							29	30					

PROGRAMACIÓN

OBJETIVOS:

Objetivos generales:

- Analizar los datos generados tanto por la web como por los diferentes medios digitales en los que opera la empresa para mejorar la toma de decisiones del departamento de marketing digital.

Objetivos específicos:

- Analizar competencias digitales.
- Dominar Google analytics.
- Conocer las métricas necesarias.
- Analizar la experiencia del usuario.

CONTENIDOS

1. ANALÍTICA Y MARKETING DIGITAL.

1.1. ANÁLISIS DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA PROFESIONALES.

1.1.1. DIAGNÓSTICO DE CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS DIGITALES DIGITAL MODEL. SDM

1.1.2. CONTENIDO PERSONALIZADO DE DIGITAL MINDSET Y COMPETENCIAS DIGITALES SEGÚN EL RESULTADO DE SDM.

1.2 CONOCIMIENTO DE LA EVOLUCIÓN DE LA ANALÍTICA WEB

1.2.1. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ANALÍTICA WEB.

1.2.2. LO QUE NO SE PUEDE MEDIR, NO SE PUEDE CONTROLAR. IMPORTANCIA DE LA ANALÍTICA WEB.

1.2.3. ¿QUÉ PODEMOS MEDIR CON LA ANALÍTICA WEB?

1.3. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS (GA)

1.3.1. QUÉ ES GOOGLE ANALYTICS

1.3.2. EVOLUCIÓN DE GOOGLE ANALYTICS

1.3.3. CÓMO FUNCIONA GOOGLE ANALYTICS

1.3.4. QUÉ MIDE GOOGLE ANALYTICS

1.3.5. DIMENSIONES EN GOOGLE ANALYTICS

1.4. ALTA E INSTALACIÓN

1.5. INTERFAZ Y DIFERENCIAS CON UNIVERSAL ANALYTICS

1.6. ACCESO A LAS CUENTAS DEMO DE GOOGLE

1.7. INFORMES

1.7.1. ASPECTOS COMUNES EN TODOS LOS INFORMES

1.7.2. INFORME PANORÁMICO

1.7.3. INFORME EN TIEMPO REAL

1.7.4. INFORMES DE ADQUISICIÓN

1.7.5. INFORMES DE INTERACCIÓN

1.7.6. INFORMES DE MONETIZACIÓN

1.7.7. INFORME DE RETENCIÓN

1.7.8. INFORMES DE GRUPOS DEMOGRÁFICOS

1.7.9. INFORMES DE TECNOLOGÍA

1.7.10. OPERACIONES AVANZADAS CON INFORMES

1.7.11. INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN GA4

1.7.12. INFORMES PERSONALIZADOS Y EXPLORACIONES

1.7.13. INFORMES PERSONALIZADOS A PARTIR DE EXPLORACIONES EN FORMATO LIBRE

1.7.14. EXPRESIONES REGULARES

1.8. GOOGLE SIGNALS

1.9. CAMPAÑAS Y MODELOS DE ATRIBUCIÓN

CONCEPTOS BÁSICOS ASOCIADOS A LAS CAMPAÑAS

SEGUIMIENTO DE CAMPAÑAS PERSONALIZADAS

1.10. INTEGRACIÓN CON GOOGLE SEARCH CONSOLE

1.10.1. ALTA EN GOOGLE SEARCH CONSOLE

1.10.2. INTEGRACIÓN DE DATOS EN GA4

1.11. ALTERNATIVAS A GOOGLE ANALYTICS