

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

ANALÍTICA DIGITAL CON GOOGLE ANALYTICS 4

CURSO 2025

DIRECCIÓN Y CONTACTO

Maite Ruiz Roqueñi / Jon Charterina Abando/ Unai Tamayo

maite.ruiz@ehu.eus

jon.charterina@ehu.eus

unai.tamayo@ehu.eus

946017012/ 946017008/ 946017069

Facultad de Economía y Empresa
(Sarriko)

DESCRIPCIÓN

La microcredencial en **Google Analytics 4 (GA4)** certificará tus conocimientos y habilidades para gestionar la analítica web. Está diseñada para proporcionar un entendimiento profundo y práctico de las características y funcionalidades que ofrece GA4.

El formato de **clases online asíncrono**, con tutorías online en directo, permite que se pueda **compatibilizar** una formación actual y práctica con la vida profesional y personal.

Esta formación es esencial para cualquier persona que desee desarrollar su futuro profesional como analista de datos y para todo **profesional de la analítica digital** que desee mantenerse a la vanguardia en la medición y análisis de datos en un entorno digital en constante evolución.

Conocerás la plataforma con **profesorado** conformado por **profesionales en activo**, en continua actualización y mediante ejemplos prácticos.

Tras la finalización de la formación obtendrás una **certificación de MICROCREDENCIAL UNIVERSITARIA** que:

- Certificará tus habilidades y conocimientos en Google Analytics 4.
- Es de carácter **DIGITAL** por valor de 8,2 ECTS.
- **Tiene reconocimiento a nivel europeo.**
- Tiene validez de manera independiente, si bien, sus créditos pueden llegar a ser acumulados para facilitar la obtención de titulaciones universitarias.

TEMARIO:

1- Fundamentos de Google Analytics 4

Introducción

- Historia de la analítica digital y sus herramientas.
- Google Marketing Platform.
- Fundamentos de Google Analytics 4.

Cómo funciona Google Analytics

- El snippet de Google Analytics.
- Fases del ciclo de funcionamiento.
- Creando nuestra primera cuenta de GA4.

Privacidad y aspectos legales

- Aspectos legales.
- GDPR.
- Ley de Cookies en España.

- Consent Mode.

La interfaz de Google Analytics 4

- Menús de navegación.
- Controles de tiempo.
- Tipos de gráficas.
- Recursos compartidos.
- Personalizaciones.

2- Administración de Google Analytics 4

La Administración de Google Analytics 4

- Cuentas y propiedades.
- Gestión y personalización de una cuenta.
- Gestión y personalización de propiedades web.
- Los flujos de datos.

Roles de usuarios

- Tipos de permisos: Administración, edición, compartición y lectura...
- Niveles de asignación de permisos.
- Gobernanza del dato en la empresa.

Arquitectura interna en las propiedades de GA4.

- Flujos de datos.
- Configuraciones esenciales.

3- Análisis de nuestra audiencia

Dimensiones y métricas

- El alcance de las dimensiones y métricas.

Métricas de audiencia

- Usuarios, sesiones y páginas vistas.
- Client ID y User ID.
- Google Signals.
- Métricas para medir a nuestros visitantes.
- Interacción de usuarios y porcentaje de rebote.
- Métricas de tiempo.

Informes de audiencia

- Dimensiones de audiencia.
- Informes demográficos y de intereses.
- Informes geográficos.
- Informe de tecnología.
- Valor del tiempo de vida del cliente.
- Informes de fidelización.

4- Análisis de la adquisición del tráfico

Informes de adquisición

- Fuente y medio.
- Agrupación de canales por defecto.
- Agrupación de canales personalizados.
- Informes de adquisición de usuarios.
- Informes de adquisición de tráfico.
- Análisis de campañas.
- Tracking de campañas y etiquetado de enlaces.
- Google Ads.
- Campañas de CPC.
- Campañas de email marketing.
- Campañas de social media.
- Campañas SEO.
- Importación de los datos de costes

Tracking entre dominios y subdominios

- Asignación de sesiones en función de la adquisición en GA4.

5- Análisis comportamiento

Dimensiones de comportamiento

- Página y título.
- Pantallas en APPs.
- Ruta de página.

Informes de comportamiento

- El modelo de eventos en GA4.
- Tipos de eventos.
- Parámetros de eventos.
- Propiedades de usuario.
- Agrupación de contenidos.
- Analítica in-page.
- Límites y nomenclatura de eventos en GA4.

6- Tracking de la interacción

Google Tag Manager

- Fundamentos teóricos.
- La interfaz de Google Tag Manager.
- Roles de usuario.
- Cuentas y contenedores.
- Etiquetas.
- Variables.
- Activadores.
- Ejemplos prácticos.

Tracking de la interacción

- Cuestiones técnicas.

- Eventos.
- Métricas e informes de eventos.
- Implementación de Consent Mode.
- Implementación del User ID.
- Nuevo modelo de eventos en GA4.
- Medición mejorada en GA4.
- Eventos recomendados en GA4.
- Eventos personalizados en GA4.
- Creación y modificación de eventos en la interfaz de GA4.

7- Configuración y análisis de la conversión y el e-commerce

Metodología del análisis de la conversión

- Macro y micro conversiones.

Conversiones en Google Analytics 4

- Eventos de conversión en GA4.
- Informes de conversión.
- Atribución de la conversión.
- Métricas y dimensiones.

Informes de conversión

- Consejos para el análisis de la conversión.
- Visión general de la conversión.
- Cambio de paradigma en la medición de la conversión en GA4.

Cómo abordar la medición de un e-commerce

- Consideraciones iniciales.
- Plataformas de e-commerce.
- E-commerce a medida.
- Consideraciones técnicas.

E-commerce mejorado

- Introducción.
- Implementación técnica.
- Plugin, widget y add-on.
- Implementación mediante Google Tag Manager.
- Métricas de e-commerce mejorado.
- Informes de e-commerce mejorado.

PROFESORADO

Asier Barainka

Máster en Marketing en Buscadores por la Universidad Pompeu Fabra. Co-autor de los libros Google Analytics Mide y Vencerás, Google Tag Manager Mide y Vencerás y Data Analytics Mide y Vencerás. Fue responsable de analítica digital en la multinacional Panda Security y actualmente es consultor senior de analítica digital en LIN3S donde gestiona marcas como Supermercados Eroski, EITB, Laboral Kutxa, Saunier Duval, Mahou San Miguel o Athletic de Bilbao. Más de 12 años formando profesionales relacionados con al analítica digital en diferentes cursos y posgrados.

Anuska Maraña

Anuska Maraña es Licenciada en periodismo por la Universidad del País Vasco y Máster en Dirección de Marketing Digital. Analista web senior en LIN3S con más de 10 años de experiencia. Certificada en Google Analytics y Google Ads, gestiona marcas como UnoDe50, Supermercados BM, Universidad de Deusto, UJI y Universidad Oberta de Catalunya (UOC).

Unai Martínez

Diplomado en Administración y Dirección de Empresas por la UPV/EHU y Posgrado en Analítica Web. Master en Big Data & Business Intelligence. Tras 11 años de carrera en el ámbito de la Gestión Comercial y el Marketing, trabaja actualmente como Analista Digital y Data Scientist en la agencia LIN3S. Docente en programas de posgrado de analítica digital, en el Instituto Empresa, Master de Mondragón, MIDE y formaciones especializadas In-House. Ha gestionado proyectos de Analítica Digital, campañas, desarrollo web y modelos de ML.

Silvia Iturrioz

Profesora de la **UPV/EHU** en Comercialización e investigación de mercados.

Socióloga con amplia experiencia en la realización de estudios de mercado, gestión de bases de datos, estadística, geomarketing, micromarketing y paquetes estadísticos como R. Más de 20 años de experiencia laboral en el ámbito de la programación, la comunicación y la gestión y dirección de empresas.

METODOLOGÍA

Se combinan las siguientes metodologías:

- Exposiciones del profesorado en formato online. Las clases tienen un enfoque práctico y dinámico, ejercicios prácticos y ejemplos reales para que se ponga en práctica el conocimiento adquirido desde el primer día.
- Tutorización en formato online en directo.
- Actividades de *networking* fuera del aula a través de la Asociación Marketing Alumni, Asociación de Graduados del máster en marketing y ventas de la UPV/EHU.
- Como alumnado de la UPV/EHU contarás con los recursos que ofrece la Universidad del País Vasco UPV/EHU.

REQUISITOS DE ACCESO

Se requiere tener una formación mínima de un ciclo formativo de grado medio.
Se valorará positivamente la formación afín y la trayectoria profesional en el sector.
Edad: 25-64 años.

PRECIO MATRÍCULA

Precio de matrícula: 395 €.

Importe bonificable por FUNDAE, gestión a realizar por las empresas. [Más información](#)

Formación subvencionada por los Fondos Next Generation.