

eman ta zabal zazu



Universidad  
del País Vasco

Euskal Herriko  
Unibertsitatea

## ANALITIKA DIGITALA GOOGLE ANALYTICSEKIN 4

### 2025 KURTSOA

#### ZUZENDARITZA ETA KONTAKTUA

Maite Ruiz Roqueñi / Jon Charterina Abando/Unai Tamayo

[maite.ruiz@ehu.eus](mailto:maite.ruiz@ehu.eus)

[jon.charterina@ehu.eus](mailto:jon.charterina@ehu.eus)

[unai.tamayo@ehu.eus](mailto:unai.tamayo@ehu.eus)

946017012/ 946017008/946017069

Ekonomia eta Enpresa Fakultatea  
(Sarriko)

## DESKRIBAPENA

Google Analytics 4 (GA4) sareko mikrokredentzialak web-analitika kudeatzeko dituzun ezagutzak eta trebetasunak ziurtatuko ditu. GA4k eskaintzen dituen ezaugarrien eta funtzionalitateen ulermen sakon eta praktikoa emateko diseinatuta dago.

Online klase asinkronoen formatuak, zuzeneko online tutoretzekin, aukera ematen du egungo prestakuntza eta prestakuntza praktikoa bititza profesional eta pertsonalarekin bateragarri egiteko.

Prestakuntza hori funtsezkoa da datu-analista gisa bere etorkizun profesionala garatu nahi duen edonorentzat eta etengabe eboluzionatzen ari den ingurune digital batean datuak neurtzeko eta aztertzeko abangoardian egon nahi duen analitika digitaleko profesional ororentzat.

Jardunean, etengabe eguneratzen eta adibide praktikoen bidez diharduten profesionalek osatutako irakasleen plataforma ezagutuko duzu.

Prestakuntza amaitu ondoren, **UNIBERTSITATEKO MIKROKREDENTZIAL** moduan ziurtagiri bat lortuko duzu, honako hau dioena:

- Zure trebetasunak eta ezagutzak Google Analytics 4-en ziurtatuko ditu.
- DIGITALA da, 8,2 ECTS balio du.
- Aintzatespena du Europan.
- Modu independentean balio du, baina kredituak metatu egin daitezke unibertsitate-titulazioak lortzea errazteko

## GAIEN EDUKIAK:

### 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.

## IRAKASLEGOA

### 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.

## METODOLOGIA

Metodologia hauek konbinatzen dira:

- Irakasleen azalpenak online formatuan. Klaseek ikuspegi praktiko eta dinamikoa, ariketa praktikoak eta benetako adibideak dituzte, lehen egunetik ikasitakoa praktikan jar dadin.
- Tutoretza online formatuan, zuzenean.
- Networking-jarduerak ikasgelatik kanpo, Alumni Marketin Elkartearen bidez (UPV/EHUko marketin eta salmenta masterreko graduatuen elkarte).
- Enpresen zuzendaritzan eta kudeaketan ospe handia duten profesionalen hitzaldietarako gonbidapena.
- UPV/EHUko ikasle gisa, Euskal Herriko Unibertsitateak (UPV/EHU) eskaintzen dituen baliabideak izango dituzu.

## SARTZEKO BALDINTZAK

Erdi-mailako prestakuntza-ziklo bateko gutxieneko prestakuntza izan behar da.

Antzeko prestakuntza eta sektoreko ibilbide profesionala positiboki baloratuko dira.

Adina: 25-64 urte.

## PRECIO

**Precio de matrícula: 395 €**

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

Formación subvencionada por los Fondos Next Generation.