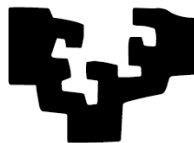


eman ta zabal zazu



EHU

ANALÍTICA DIGITAL
GOOGLE ANALYTICS 4 Y ESTRATEGIAS CON INTELIGENCIA
ARTIFICIAL

CURSO 2026

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

Esta microcredencial ofrece una formación avanzada y aplicada en analítica digital centrada en Google Analytics 4 (GA4) y en el uso estratégico de la Inteligencia Artificial para la toma de decisiones basada en datos.

El programa capacita al estudiantado para diseñar arquitecturas de medición, implementar sistemas de tracking avanzados, analizar audiencias y conversiones, visualizar información estratégica y aplicar herramientas de IA generativa y predictiva a todo el ciclo analítico.

La formación combina contenidos técnicos y estratégicos, orientados al entorno profesional actual, donde la privacidad del dato, la gobernanza analítica y la automatización de insights son elementos clave.

El formato online flexible —con contenidos asíncronos y sesiones síncronas especializadas— permite compatibilizar el aprendizaje con la actividad profesional y facilita una aplicación inmediata de los conocimientos adquiridos en contextos reales de negocio.

Al finalizar el programa, el estudiantado será capaz de:

- Diseñar planes de medición digital completos
- Implementar soluciones de tracking con GA4 y GTM
- Analizar datos complejos y extraer insights accionables
- Construir dashboards de negocio
- Aplicar IA para automatizar análisis y optimización
- Integrar analítica en procesos estratégicos de marketing

La superación del programa dará acceso a una certificación universitaria en formato digital con reconocimiento europeo.

TEMARIO:

1- Fundamentos de Google Analytics 4

Módulo 1: Fundamentos, Privacidad y Gobernanza (10h)

- **Ecosistema GA4:** Historia, funcionamiento del snippet y diferencias con el modelo anterior.
- **Configuración Institucional:** Gestión de cuentas, propiedades, flujos de datos y roles de usuario (Gobernanza del dato).
- **Privacidad "Privacy-First":** GDPR, Ley de Cookies y configuración avanzada de Consent Mode (v2).

Módulo 2: Implementación Técnica con Google Tag Manager (15h)

- **Arquitectura de Medición:** Instalación de contenedores, etiquetas, variables y activadores.
- **El Nuevo Modelo de Eventos:** Medición mejorada, eventos recomendados y creación de eventos personalizados.
- **Identificación de Usuarios:** Implementación de **UserID** y configuración de Google Signals para el rastreo multidispositivo.

Módulo 3: Análisis de Audiencia y Adquisición de Tráfico (10h)

- **Métricas de Valor:** Entender dimensiones de usuario vs. sesión, porcentaje de interacción (engagement) y tasa de rebote.
- **Atribución y Canales:** Análisis de fuentes/medios, etiquetado de campañas (UTMs) e integración con Google Ads y Search Console.
- **E-commerce Avanzado:** Implementación y análisis de transacciones, embudos de compra y métricas de monetización.

Módulo 4: Análisis Avanzado y Visualización de Datos (15h)

- **Exploraciones en GA4:** Tablas personalizadas, análisis de rutas, embudos de conversión y superposición de segmentos.
- **Reporting con Looker Studio:** Conexión de fuentes, creación de campos calculados, diseño de dashboards de negocio e integración de IA en el reporte.
- **BigData para Analistas:** Introducción a Google BigQuery y cómo exportar datos para análisis masivos.

Módulo 5: El Ciclo de la IA en la Analítica Digital (20h)

- **IA Nativa en GA4:** Analytics Intelligence, detección de anomalías y **Audiencias Predictivas** (probabilidad de churn y compra).
- **IA para el Análisis de Datos:** Uso de herramientas externas y LLMs para interpretar tendencias y extraer insights de negocio.
- **Estrategia y Mejora Continua:** Auditoría inicial, plan de medición y optimización basada en datos.

Programa de Masterclasses (10h) - "IA Workflow for Analysts"

Estas sesiones constituyen un factor diferencial del curso, centradas en herramientas como ChatGPT, Claude, Gemini y herramientas específicas de código.

1. **MC 1: IA para el Diseño Estratégico (2h):** Cómo usar IA para crear planes de medición, definir KPIs y redactar documentación técnica de eventos de forma automática.
2. **MC 2: Asistentes IA para implementación y Google Tag Manager(2h):** Uso de IA para generar scripts de JavaScript personalizados para GTM y expresiones regulares complejas para filtrado de datos.
3. **MC 3: Análisis de datos de GA4 con IA (2h):** vemos diferentes opciones de análisis de datos avanzados con las principales herramientas de IA (Gemini, chatGPT, Claude...).
4. **MC 4: Visualización de datos con IA (2h):** Visualiza tus datos con las herramientas de IA más habituales y al alcance de todos. Crea DashBoards profesionales, infografías, gráficos avanzados...
5. **MC 5: Automatización de Insights y conectores avanzados (2h):** Automatiza el análisis de datos y comienza a explorar opciones avanzadas de análisis predictivos.

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 la analítica digital en diferentes cursos y posgrados.

Anuska Maraña

Anuska Maraña es Licenciada en periodismo por la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea 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 Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea y Posgrado en Analítica Web. Máster 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,



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

- Clases online con enfoque aplicado
- Casos reales y ejercicios prácticos
- Implementación guiada paso a paso
- Tutorías en directo
- Trabajo autónomo supervisado
- Networking profesional fuera del aula a través de la Asociación Marketing

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: 415 €

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

Formación subvencionada por los Fondos Next Generation.