



ANALÍTICA WEB

El curso de Analítica Web tiene como objetivo desarrollar en el participante las competencias necesarias para medir, analizar e interpretar el comportamiento de los usuarios en entornos digitales, utilizando herramientas vigentes como Google Analytics 4 y Google Looker Studio, orientando la toma de decisiones estratégicas basadas en datos.

CONOCIMIENTOS PREVIOS:

- curso de marketing digital.

EL PARTICIPANTE SERA CAPAZ DE :

- Comprender el rol de la analítica web en la estrategia digital.
- Configurar correctamente Google Analytics 4.
- Interpretar métricas y KPIs digitales.
- Medir campañas de Google Ads y Meta Ads.
- Diseñar dashboards profesionales en Google Looker Studio.
- Tomar decisiones estratégicas basadas en datos.

DIRIGIDO A:

- Estudiantes, Profesionales y Público en General.

• Evaluación

El curso es práctico. Se promedian las mejores 4 o 5 prácticas (eliminando la nota más baja) para obtener el PP. La calificación final será el promedio entre el PP y el examen final (EF).

Promedio de Prácticas:

$$PP = \frac{(P1+P2+P3+P4) - \text{Nota Mínima}}{3}$$

$$\text{Nota Final} = \frac{PP + EF}{2}$$

Nota aprobatoria mínimo 14.



Duración total: 24 horas
Modalidad:
6 sesiones de 4 horas

• Modalidad Presencial / Online

Requerimientos mínimos para Pc (Curso Online)

- Sistema operativo Windows 10 o macOS 12
- 8GB RAM.
- Espacio Libre 16GB en el disco duro.
- Conexión a internet.

!Contactate con nosotros!

Telf.: 200 - 9060 Opción 1

WhatsApp: 970-063-319 / 943-229-860

E-mail: sisuni.info@uni.edu.pe

visítanos en :
www.sistemasuni.edu.pe

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

SESIÓN 01

INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

- Importancia de la analítica web en la toma de decisiones.
- Conceptos clave: métricas, KPIs, dimensiones y eventos.
- Tipos de analítica: descriptiva, diagnóstica y predictiva.
- Ecosistema de herramientas de analítica digital.
- Casos reales de uso de analítica web.

SESIÓN 03

CONFIGURACIÓN Y MEDICIÓN EN GA4

- Configuración de eventos personalizados.
- Definición de conversiones.
- Uso de parámetros y eventos clave.
- Creación de audiencias.
- Errores comunes de medición.

SESIÓN 02

FUNDAMENTOS DE GOOGLE ANALYTICS 4

- Diferencias entre Universal Analytics y GA4.
- Estructura de cuentas y propiedades en GA4.
- Usuarios, sesiones y eventos.
- Interfaz de GA4 e informes principales.
- Buenas prácticas iniciales.

SESIÓN 04

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL USUARIO

- Adquisición de tráfico.
- Comportamiento y engagement.
- Análisis de embudos.
- Retención de usuarios.
- Interpretación de datos para optimización.

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

SESIÓN 05

ANALÍTICA DE CAMPAÑAS DIGITALES

- Medición de campañas de Google Ads.
- Medición de campañas de Meta Ads.
- Uso correcto de UTMs.
- Modelos de atribución.
- KPIs publicitarios: CTR, CPC, CPA, ROAS.

SESIÓN 07

DASHBOARDS Y REPORTING PROFESIONAL

- Diseño de dashboards ejecutivos.
- Automatización de reportes.
- Storytelling con datos.
- Indicadores clave por objetivo.
- Presentación de reportes al cliente o gerencia.

SESIÓN 06

INTRODUCCIÓN A GOOGLE LOOKER STUDIO

- Conceptos de visualización de datos.
- Conexión de GA4 con Looker Studio.
- Fuentes de datos y métricas.
- Diseño básico de reportes.
- Buenas prácticas de visualización.

SESIÓN 08

ANALÍTICA PARA LA TOMA DE DECISIONES

- Adquisición de tráfico.
- Comportamiento y engagement.
- Análisis de embudos.
- Retención de usuarios.
- Interpretación de datos para optimización.