

Analítica digital con Google Analytics 4

05.Feb - 18.Apr 2025

Cod. 253-25

Mod.:
Online

Date
05.Feb - 18.Apr 2025

Location
Online

Languages
Spanish

Academic Validity
50 hours



Description

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 otras titulaciones universitarias, tales como: título experto, especialista o Máster.

Objectives

Proveer una comprensión sólida de los fundamentos y funcionamiento de Google Analytics 4.

Capacitar a las personas en la administración avanzada de cuentas y propiedades de Google Analytics 4.

Desarrollar habilidades prácticas para analizar audiencias y adquisiciones de tráfico mediante métricas clave y técnicas de segmentación avanzadas.

Enseñar metodologías y herramientas para configurar y analizar comportamientos de usuarios, conversiones y e-commerce.

Integrar herramientas complementarias como Google Tag Manager para la implementación de mediciones avanzadas y seguimiento de interacciones de usuario.

Organised by



In collaboration with



Direction



Maite Ruiz Roqueñi

UPV/EHU, Profesora

Profesora Titular de la UPV/EHU en el área de Comercialización e Investigación de mercados. Imparto docencia en temáticas vinculadas a la Comunicación tanto en cursos de grado como de postgrado. Directora y responsable del Máster en Marketing y Ventas de la Universidad del País Vasco desde el año 2003. Mi actividad investigadora, se desarrolla en el grupo de investigación ECRI (Ethics in Finance & Social Value), en temas vinculados a la sostenibilidad y al desarrollo de herramientas que promuevan un nuevo modelo de empresa, más sostenible y focalizado en la generación de valor a las personas y a la sociedad en su conjunto.



Jon Charterina ABANDO

Universidad del País Vasco - UPV/EHU

Jon Charterina Abando (<https://orcid.org/0000-0002-7028-7268>) es Profesor Titular en Comercialización e Investigación de Mercados en la UPV/EHU. Es co-Director del Máster en Marketing y Ventas, y actualmente ejerce como Vicedecano de Erasmus y Movilidad de la Facultad de Economía y Empresa. También, es miembro de la Comisión de Doctorado del Programa de Doctorado en Dirección Empresarial, Conocimiento e Innovación de la UPV/EHU. En sus labores de docencia, participa en programas de grado, postgrado y programas internacionales, como el programa USAC (University Studies Abroad Consortium), y el Programa de Doctorado en Ciencias de la Administración, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Su investigación se centra en las relaciones B2B, la innovación en cadenas de suministro y el marketing de ciudades, con publicaciones en prestigiosas revistas académicas

Teachers



Asier Barainca

Asier Barainca, 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.



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.



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

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.

Registration fees

REGISTRATION

UNTIL 02-02-2025

General

393,60 EUR

Place

Online

Online