

<b>CÓDIGO</b> 11B10C05	<b>AUTOR</b> Yago González	<b>DURACIÓN ESTIMADA</b> 30 h	<b>NIVEL DE FORMACIÓN</b> Medio/Avanzado
---------------------------	-------------------------------	----------------------------------	---

**Dirigido a**

*Profesionales que quieran ampliar su conocimiento sobre Analítica Digital encarando el verdadero núcleo de cualquier proyecto, con un especial énfasis en directores, mandos intermedios y especialistas de marketing.*

**Descripción**

*Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá a manejar GA4 desde una perspectiva avanzada, abarcando aspectos como la privacidad y el consentimiento, los informes a medida y el reporting para marketing con GA4.*

**COMPETENCIAS**

1. Conocer los apartados avanzados de la configuración de GA4 y su utilidad para poder sacar mayor partido a la herramienta.
2. Conocer las funcionalidades avanzadas de GA4 y saber cómo implementarlas en un site para poder sacar mayor partido a la herramienta.
3. Saber gestionar las cuestiones relativas a la privacidad de los usuarios y GA4 para cumplir en RGPD.
4. Conocer los informes personalizados de GA4 (libres, de embudo y de ruta) para obtener más información de la que te aportan los informes estándar.
5. Conocer los informes de marketing y atribución de GA4 para entender el rendimiento de las campañas.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)**

1. Conocer los apartados avanzados de la configuración de GA4 y su utilidad.
2. Conocer las funcionalidades avanzadas de GA4 y cómo implementarlas.
3. Conocer cómo se gestiona la privacidad de los usuarios en GA4.



4. Saber crear informes personalizados.
5. Saber cómo crear un reporting para marketing.

## CONTENIDOS

### Unidad 1: Configuración avanzada de GA4

1. Configuración más allá de lo básico
  - 1.1. Activar Google signals
  - 1.2. Audiencias
  - 1.3. Excluir referencias (referrals)
  - 1.4. Configurar multidominio
  - 1.5. Excluir tráfico interno
  - 1.6. Atribución
2. Integraciones con otras herramientas
  - 2.1. Vinculación con Google Ads
  - 2.2. Vinculación con Google Search Console
  - 2.3. Vinculación con otras herramientas

### Unidad 2: Implementación avanzada de GA4

1. Aumentando las posibilidades de GA4
2. Traquear eventos con GA4
  - 2.1. Categorías de eventos
  - 2.2. Parámetros personalizados en eventos
  - 2.3. Crear eventos desde GA4
  - 2.4. Los límites de eventos en GA4
3. Traquear conversiones con GA4
  - 3.1. Conversiones predefinidas
  - 3.2. Conversiones activables
  - 3.3. Crear eventos y marcarlos como conversión
  - 3.4. Probar las conversiones
  - 3.5. Opciones de conversión
4. Traquear comercio electrónico con GA4
  - 4.1. Eventos de comercio electrónico en GA4
  - 4.2. Variables de ecommerce
  - 4.3. Implementación de comercio electrónico con GTM



**Unidad 3: Privacidad y consentimiento en GA4**

1. La importancia de cuidar la privacidad
2. Conceptos previos
  - 2.1. GDPR
  - 2.1. Datos personales
  - 2.3. Privacy Shield
  - 2.4. Cookies
3. Proceso para cumplir la legalidad
4. Implementación de GA4 cumpliendo la ley de privacidad
  - 4.1. El método fácil.
  - 4.2. El método mejor: Consent mode
5. Configuración de la privacidad
  - 5.1. Período de retención de los datos
  - 5.2. Aceptar el acuerdo de procesado de datos
  - 5.3. Google Signals y Google Ads
  - 5.4. Borrar datos de usuarios
6. Textos legales
  - 6.1. Privacidad
  - 6.2. Cookies

**Unidad 4: Los informes a medida de GA4**

1. El reporting a medida en GA4
2. Tipos de informes a medida
3. Componentes principales de los informes a medida
  - 3.1. Variables
  - 3.2. Configuración de la pestaña del informe
  - 3.3. El informe
4. Exploración de forma libre
  - 4.1. Ejemplo: informe de Rendimiento de las ventas
5. Exploración de embudo de conversión
  - 5.1. Configuración de la pestaña del informe de embudo
  - 5.2. Ejemplo de informe de embudo
6. Exploración de rutas
  - 6.1. Configuración de la pestaña de informe de ruta
  - 6.2. El informe de ruta
  - 6.3. Ejemplo de informe de ruta
7. Otros informes



**Unidad 5: Reporting para Marketing con GA4**

1. Google Analytics 4 y el marketing
  - 1.1. Por qué es importante utilizar GA4 en el marketing digital
2. Canales, fuentes, medios y campañas en Google Analytics 4
  - 2.1. Agrupación de Canales
  - 2.2. Etiquetado de campañas
3. Análisis de fuentes de tráfico y campañas de marketing
  - 3.1. Informes de Adquisición
  - 3.2. Informes a medida
  - 3.3. El informe de Páginas de destino
  - 3.4. Dimensiones secundarias
4. Informes de Publicidad
  - 4.1. Informe de Rendimiento
  - 4.2. Informes de Atribución
5. Cross-device

