

Digital Marketing

Digital Marketing. Temario



Sesión 1: Estrat. de MKT Digital y eCommerce

- + El nuevo entorno digital
- + El Customer Journey de McKensay
- + El consumidor omnicanal
- + Cómo vender más en internet
- + Claves de éxito en el entorno digital



Sesión 2: Posicionamiento en buscadores

- + Qué es el SEO
- + SEO On Page
- + Arquitectura de la información orientada al SEO
- + SEO off page
- + Estrategias de contenido

Digital Marketing. Temario



Sesión 3: Campañas en Google y Social Media

- ✚ Impresiones, clicks, CTR, CPM, CPC, CPA
- ✚ Google Adwords
- ✚ Keyword Research
- ✚ Google adwords para mobile
- ✚ Optimización de campañas en Social Media



Sesión 4: Analítica Digital

- ✚ Definición de objetivos y KPis
- ✚ Google Tag Manager
- ✚ Segmentación avanzada
- ✚ Dashboards con data Studio
- ✚ Modelos de atribución

Data & Analytics

3. Temario

E I T E M A R I O , en M A Y Ú S C U L A S .

Todo lo que necesita saber para dominar G A 4



Sesión 1: Introducción y contexto GA4

- + Contexto y ecosistema de medición
- + Historia GA4 y evolución desde 2005
- + Beneficios que aporta GA4
- + Estructura de una cuenta de GA4
- + Explicación de los Data Streams
- + Explicación menú administración
- + Introducción a la interfaz de GA4



Sesión 2 : Implementación básica GA4

- + Implementación GA4 con GTM
- + Implementación Google Consent Mode
- + Introducción a los eventos
- + Tipología de eventos en GA4
- + Parámetros de eventos y de usuarios
- + Dimensiones personalizadas en GA4
- + Límites de recogida de información
- + Integración con otras plataformas
- + Personalización interfaz GA4
- + Modelos de atribución en GA4

3. Temario

E I T E M A R I O , en M A Y Ú S C U L A S . T o d o l o q u e n e c e s i t a s a b e r p a r a d o m i n a r G A 4



Sesión 3: Implementación avanzada GA4

- + Implementación eventos
- + Implementación parámetros de eventos
- + Implementación dimensiones de eventos
- + Implementación dimensiones personalizadas
- + Trucos y recomendaciones de implementaciones
- + Debugging empleando GA4 y GTM
- + Segmentaciones y audiencias
- + Medición de e-commerce
- + Google signals y seguimiento cross-device
- + Protocolo de medición

Sesión 4: BigQuery + Data Visualization

- + Conexión GA4 + BigQuery + Google Data Studio
- + Explicación interfaz BigQuery
- + Consultas habituales en BigQuery
- + Operadores y condiciones lógicas
- + Agrupamiento, orden y filtrado de la información
- + Construcción de reportes tipos en Google Data Studio

4. Herramientas

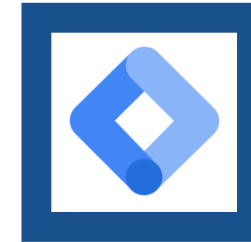
Profundizaremos en las mejores herramientas de Google ➔

Durante el programa podrás realizar las configuraciones oportunas junto con el profesor, para aprender a realizar configuraciones en Google Analytics 4 desde cero.



Google Analytics 4

Aprenderemos a trabajar con la interfaz de Google Analytics 4 y a realizar las configuraciones a nivel de plataforma.



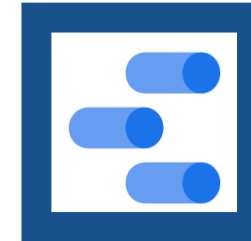
Google Tag Manager

Trabajaremos con el gestor de etiquetas Google Tag Manager para realizar las configuraciones de GA4.



Google BigQuery

Utilizaremos BigQuery para la extracción de información de las tablas de Google Analytics 4 y sacar mayor provecho a la parte exploratoria.



Google Data Studio

Construiremos reportes personalizados gracias a la conexión nativa de GA4 con Google Data Studio. Crearemos reportes totalmente a medida.



Google Search Console

Aprenderemos a conectar GA4 con Search Console para sacar provecho a la información de ambas plataformas.



Google Ads

Configuraremos la conexión entre GA4 y Google Ads, para la sincronización de audiencias, y para la medición y seguimiento de KPIs de negocio.