

# Programas Asíncronos

## SÍLABO

### I. DATOS GENERALES

<b>Curso</b>	:	Introducción a Google Analytics 4
<b>Área</b>	:	Diego Rojas
<b>Docente</b>	:	Data Science
<b>Duración</b>	:	3 horas académicas

### II. SUMILLA

El curso se desarrollará mediante la metodología asíncrona, que incluye la revisión de los videos grabados, las lecturas y la resolución de la evaluación planteada. Le permitirá al participante comprender como emplear las diversas herramientas de Google Analytics para el análisis de indicadores propios de una web. El curso comprende los siguientes temas generales a) Introducción a Web Analytics, y b) Introducción a Google Analytics 4.

### III. REQUISITOS

- Ninguno.

### IV. DIRIGIDO A

- Profesionales y estudiantes de las áreas de inteligencia de negocios, inteligencia comercial y analítica.
- Profesionales y estudiantes de marketing digital que deseen incursionar en la medición de indicadores web.

### V. OBJETIVOS – LOGROS

El curso le permitirá al participante: [copiar de Brief]

- Comprender los fundamentos del web analytics, la terminología asociada a sus diversos indicadores y medidas, cómo contribuye a las estrategias de marketing digital, y la oferta de productos para su implementación.

- Comprender Google Analytics desde la perspectiva de su arquitectura, dimensiones, métricas y reportes asociados con la demostración de casos de uso.

## VI. METODOLOGÍA

Los contenidos se desarrollarán mediante sesiones grabadas, lecturas como recursos didácticos y una evaluación final.

## VII. CONTENIDOS

Total horas	3 horas
<b>Sesión 1: Introducción a Web Analytics</b>	
1.1. Web Analytics: Definición, ventajas.	10 min.
1.2. El proceso de web analytics: De la definición de objetivos de medición a la experimentación y testeo.	15 min.
1.3. Terminología básica: Session, Pageview and Unique pageview, visitor and new visitor, traffic sources, bounce rate.	15 min.
1.4. Estrategias SEO, SEM. Definición, el rol de Web analytics.	20 min.
1.5. Herramientas de Web Analytics, características, ventajas: Optimizely, Kissmetrics, Crazy Egg, Google Analytics.	20 min.
<b>Sesión 2: Introducción a Google Analytics 4</b>	
2.1. Google Analytics: Definición, arquitectura y casos de uso.	10 min.
2.2. Diferencias Google Analytics 4 Vs. Google Analytics Universal.	15 min.
2.3. Dimensiones y métricas predeterminadas: Revisión, demostración con caso de uso.	30 min.
2.4. Reportes predeterminados: Revisión, demostración con caso de uso.	20 min.
2.5. Google Tag Manager: Revisión, demostración de caso de uso.	25 min.

## VIII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La nota final del curso se obtendrá a partir de los siguientes rubros de evaluación y pesos asociados:

Rubro	Peso
Evaluación	100%