

CURSO	:	<b>Analítica Web</b>
DURACIÓN	:	<b>32 Horas (16 Sesiones)</b>
PRE – REQUISITO	:	<b>Conocimientos básicos de marketing digital y navegación en entornos web.</b>

## SUMILLA

El curso de Analítica Web desarrolla las competencias necesarias para comprender, medir e interpretar el comportamiento de los usuarios en entornos digitales. A través de metodologías de medición y análisis de datos, el participante aprenderá a evaluar el desempeño de sitios web, campañas digitales y acciones de marketing mediante indicadores clave orientados a la toma de decisiones.

Asimismo, el curso aborda el uso práctico de herramientas líderes del mercado como Google Analytics 4 (GA4), Google Tag Manager, Google Search Console, Looker Studio e Inteligencia Artificial aplicada al análisis de datos. Al finalizar, el estudiante será capaz de transformar datos en información estratégica para optimizar resultados y generar oportunidades de mejora en proyectos digitales.

## REQUISITOS

### MATERIALES Y EQUIPOS - PRESENCIAL

- Cuaderno y lapicero.

### MATERIALES Y EQUIPOS - ONLINE

- Computadora de escritorio o laptop con cámara web y micrófono.
- Descargar e instalar Google Meet: <https://meet.google.com/>
- Cuaderno o libreta de anotaciones y lapicero

SES	CONTENIDO
1	<p><b>Introducción a la Analítica Web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación del curso</li> <li>• Ecosistema digital actual</li> <li>• ¿Qué es la Analítica Web?</li> <li>• Importancia de la medición digital</li> <li>• Cultura Data Driven</li> </ul> <p><b>ACTIVIDAD:</b> Identificación de indicadores digitales utilizados en empresas y negocios.</p>
2	<p><b>Fundamentos de Analítica Web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de datos</li> <li>• Datos cuantitativos y cualitativos</li> <li>• Métricas y dimensiones</li> <li>• Usuarios, sesiones y eventos</li> <li>• Principales indicadores digitales</li> </ul> <p><b>ACTIVIDAD:</b> Análisis de casos prácticos.</p>
3	<p><b>Metodología de Medición</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos de negocio</li> <li>• Metodología SMART</li> <li>• Plan de medición</li> <li>• Customer Journey</li> <li>• Embudos de conversión</li> </ul> <p><b>ACTIVIDAD:</b> Construcción de un plan de medición.</p>

4	<p><b>KPIs Digitales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de KPIs</li> <li>• KPIs de marketing digital</li> <li>• KPIs de e-commerce</li> <li>• KPIs de generación de leads</li> <li>• Construcción de indicadores</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Elaboración de un plan de medición y definición de KPIs para un sitio web o negocio digital.</p>	
5	<p><b>Herramientas de Analítica Digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecosistema Google</li> <li>• Google Analytics 4</li> <li>• Google Search Console</li> <li>• Google Tag Manager</li> <li>• Looker Studio</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Identificación de herramientas según objetivos de negocio.</p>	
6	<p><b>Taller Google Analytics 4 I</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Configuración de propiedades</li> <li>• Flujos de datos</li> <li>• Eventos automáticos</li> <li>• Navegación en GA4</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Configuración de una propiedad GA4.</p>	
7	<p><b>Taller Google Analytics 4 II</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos personalizados</li> <li>• Conversiones</li> <li>• Audiencias</li> <li>• Segmentación</li> <li>• Reportes estándar</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Configuración de conversiones y audiencias.</p>	
8	<p><b>Análisis de Comportamiento de Usuarios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorridos de usuarios</li> <li>• Exploraciones en GA4</li> <li>• Engagement</li> <li>• Retención</li> <li>• Insights de comportamiento</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Configuración y análisis de eventos, conversiones y comportamiento de usuarios mediante Google Analytics 4</p>	
9	<p><b>Usabilidad y Optimización Web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de usuario</li> <li>• Mapas de calor</li> <li>• Herramientas de usabilidad</li> <li>• Optimización de conversiones</li> <li>• Buenas prácticas UX</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Evaluación de sitios web.</p>	
10	<p><b>Analítica SEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Google Search Console</li> <li>• Rendimiento orgánico</li> <li>• Consultas y palabras clave</li> <li>• Indexación</li> <li>• Optimización SEO basada en datos</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Análisis SEO de un sitio web.</p>	

11	<p><b>Analítica para Comercio Electrónico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercio electrónico en GA4</li> <li>• Eventos e-commerce</li> <li>• Embudos de compra</li> <li>• Carritos abandonados</li> <li>• Rendimiento de productos</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Configuración de medición e-commerce.</p>	
12	<p><b>Analítica Publicitaria</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parámetros UTM</li> <li>• Attribution</li> <li>• Medición de campañas</li> <li>• CTR, CPC, CPA y ROAS</li> <li>• Evaluación de resultados</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Análisis de una campaña digital utilizando métricas publicitarias y herramientas de medición.</p>	
13	<p><b>Analítica en Redes Sociales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meta Business Suite</li> <li>• TikTok Analytics</li> <li>• LinkedIn Analytics</li> <li>• Social Listening</li> <li>• Medición de audiencias</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Comparación de métricas entre plataformas.</p>	
14	<p><b>Dashboards e Informes Ejecutivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Looker Studio</li> <li>• Visualización de datos</li> <li>• Dashboards interactivos</li> <li>• Storytelling con datos</li> <li>• Presentación ejecutiva</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Construcción de dashboard.</p>	
15	<p><b>Inteligencia Artificial Aplicada a la Analítica Web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IA para análisis de datos</li> <li>• Automatización de reportes</li> <li>• Generación de insights</li> <li>• Interpretación de tendencias</li> <li>• Buenas prácticas y ética en IA</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Construcción de un dashboard ejecutivo incorporando análisis y recomendaciones generadas mediante herramientas de Inteligencia Artificial.</p>	
16	<p><b>EXAMEN FINAL</b> Evaluación práctica sobre los contenidos desarrollados durante el curso.</p> <p><b>PROYECTO FINAL</b> Desarrollo y exposición de un sistema de medición digital para una marca o negocio que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de KPIs</li> <li>• Plan de medición</li> <li>• Configuración de GA4</li> <li>• Eventos y conversiones</li> <li>• Dashboard en Looker Studio</li> <li>• Análisis de resultados</li> <li>• Recomendaciones estratégicas apoyadas en Inteligencia Artificial</li> </ul>

## Informes e Inscripciones

Av. Benavides 715, Miraflores  
Telf: 242-6890 / 242-6747  
arteydiseno@ipad.edu.pe