GOOGLE ANALYTICS II: IMPLEMENTACIÓN Y REPORTING PERSONALIZADO

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2017 - 2018
	Nombre del Curso	Google Analytics II: Implementación y Reporting Personalizado
	Tipo de Curso	Experto
	Número de créditos	15,00 ECTS
Dirección	Unidad organizadora	Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
	Director de los estudios	D Mario Castellanos Verdugo
Requisitos	Requisitos específicos de admisión a los estudios	Nivel de formación mínima para acceder a estudios universitarios. Con carácter excepcional, la Comisión Académica podrá acordar la admisión de aquellos alumnos que no cumpliendo los requisitos de acceso acrediten suficiente experiencia profesional en el ámbito del marketing on-line.
	Criterios de selección de alumnos	
Datos de Matriculación	Precio (euros)	470,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	No
Impartición	Modalidad	A distancia
	Idioma impartición	Español
	Plataforma virtual	Moodle
Información	Teléfono	954556169
	Web	mastersmmus.org
	Facebook	programasmmus
	Twitter	@smmus
	Email	info@mastersmmus.org

GOOGLE ANALYTICS II: IMPLEMENTACIÓN Y REPORTING PERSONALIZADO

Objetivos del Curso

Capacitar al alumno para la ejecución optimizada de una estrategia de analítica web a través de un uso avanzado de la herramienta Google Analytics, que permita personalizar e implementar la herramienta en función de las necesidades estratégicas de la web a analizar.

Procedimientos de Evaluación

Pruebas, Trabajos

Comisión Académica

D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

Dª. Manuela Vega Vázquez. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Carlos Ojeda Sánchez. Institución no universitaria - BizDigital

Profesorado

D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

Dª. Miriam Flores Hermoso. - Hablamos de estilo

D. Joseba López Hervella. - Consejería de empleo

D. Carlos Ojeda Sánchez. - BizDigital

Dª. María de los Ángeles Oviedo García. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

Dª. Ana Isabel Porras Nieto. - Agencia Andaluza de Instituciones Culturales Consejería de Cultura

Dª. Manuela Vega Vázquez. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

Módulos/Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. Implementación Personalizada

Número de créditos: 7,00 ECTS

Modalidad de impartición: A distancia

Contenido: Unidad 1. Objetivos y campañas:
Configuración de objetivos.
Seguimiento de comercio electrónico.
Medición de campañas.

Unidad 2. Implementación avanzada de Google Analytics:

Sin codificación.
Con codificación.
Integración de datos.

Fechas de inicio-fin: 15/05/2018 - 17/06/2018

Horario: Estudios a distancia, Módulo/Asignatura sin horario

Módulo/Asignatura 2. Google Tag Manager

Número de créditos: 5,00 ECTS

Modalidad de impartición: A distancia

Contenido: Unidad 3. Google Tag Manager:
Implementación básica y testeo.
Implementación avanzada.
Integración de otras herramientas con GTM.

Fechas de inicio-fin: 18/06/2018 - 30/06/2018

Horario: Estudios a distancia, Módulo/Asignatura sin horario

Módulo/Asignatura 3. Reporting Avanzado

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: A distancia

Contenido: Unidad 4. Funcionalidades de Reporting:
Segmentos avanzados.
Informes en tiempo real.
Informes personalizados.
Paneles o dashboards.
Alertas personalizadas.

Fechas de inicio-fin: 03/09/2018 - 30/09/2018

Horario: Estudios a distancia, Módulo/Asignatura sin horario