

II Taller práctico para periodistas: Iniciación a la analítica digital con GA4

El taller consta de 2 clases (**4 horas**), impartidas en directo por videoconferencia los días **6 de octubre de (18:00 a 20:00)** y **7 de octubre (9:30 a 11.30)** de octubre.

En esta actividad formativa aprehenderás: Las principales diferencias entre Google Universal y GA4, la configuración y primeros pasos para manejar GA4, así como las características de los informes tanto standard como personalizados. Además, aprenderás a crear audiencias y agrupaciones de canales.

1ª sesión: 6 de octubre, de 18:00 a 20:00 horas

Módulo 1.- CONCEPTOS FUNDAMENTALES GA4

- Situación actual de la medición digital
- El apagado de Universal Analytics
- Qué hay de nuevo en GA4

Módulo 2.- CONFIGURACIÓN BÁSICA DE GA4

- Administración de flujos web y APP, exclusión de referencias no deseadas, configuración de dominios, conservación de datos.

Módulo 3.- DIFERENCIAS ENTRE GA4 y UA

- Diferencias Jerárquicas
- Discrepancia de datos en las métricas fundamentales entre Universal y GA4.
- Diferencias a la hora de procesar los eventos entre ambas plataformas.

2.ª Sesión: 7 de octubre, de 9:30 a 11:30

Módulo 4.- INFORMES ESTÁNDAR EN GA4

- Customización de los informes Standard en GA4, diferencias con respecto a los informes predefinidos de Universal Analytics.
- Informes Standard: Tiempo real, adquisición, interacción, monetización, retención e informes de usuario (atributos de usuario y tecnología)

Módulo 5.- MODULO EXPLORAR EN GA4

- Características y principales ventajas del módulo explorar en GA4, centrándonos en Formato libre y exploración de embudos,

Módulo 6.- AUDIENCIAS

- Creación de audiencias personalizadas en GA4.

Módulo 7.- AGRUPACIÓN DE CANALES

- Creación de una agrupación de canales personalizada en GA4.

Impartido por **José Luis Gómez** Analista digital en Jakala Iberia el taller se desarrollará en **modalidad tele-formación...**)

Con más de 10 años de experiencia en el sector Audiovisual, decidí redirigir mi carrera profesional al sector de la Analítica digital. Iniciando una nueva etapa como Analista digital para la consultora Jakala Iberia lo que me ha permitido trabajar con clientes como: Leroy Merlin, Atida Mifarma, Balearia.com, Sklum, ADT o Grupo Educa entre otros.