ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Medición del Comportamiento del Usuario en Sitios Web: Eventos, Conversiones y Etiquetado

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa

Especialízate con el Curso de Formación Permanente en Medición del Comportamiento del Usuario en Sitios Web: Eventos, Conversiones y Etiquetado de ICUFOR y domina las competencias más demandadas en el ámbito del marketing digital y la analítica web. En un entorno donde las decisiones empresariales se fundamentan cada vez más en datos precisos, los profesionales capaces de implementar y gestionar sistemas de medición avanzados representan un activo estratégico para cualquier organización.



Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos de la analítica web y el modelo de datos basado en eventos, identificando las métricas, dimensiones y herramientas clave para la medición del comportamiento del usuario en sitios web.

Diseñar planes de medición de eventos alineados con los objetivos de negocio, definiendo nomenclaturas, parámetros y matrices de seguimiento adaptados a cada tipo de sitio web.

Implementar soluciones avanzadas de etiquetado, desarrollando capas de datos robustas, medición de comercio electrónico y configuraciones de etiquetado del lado del servidor.

Aplicar el marco normativo de privacidad y consentimiento, configurando plataformas de gestión del consentimiento y el Consent Mode de Google mediante GTM para garantizar una recopilación de datos conforme a la legislación vigente.

Dominar la arquitectura y el flujo de trabajo de los sistemas de gestión de etiquetas, configurando cuentas, contenedores, etiquetas, activadores y variables en Google Tag Manager.

Diferenciar entre macroconversiones y microconversiones, configurando su seguimiento en Google Analytics 4 y plataformas publicitarias y aplicando modelos de atribución adecuados al contexto.

Elaborar cuadros de mando e informes accionables en Looker Studio, integrando datos de comportamiento del usuario procedentes de Google Analytics 4 y BigQuery en procesos de optimización y toma de decisiones.

Depurar y validar la implementación completa de la medición, utilizando herramientas como el modo de vista previa de GTM, DebugView de GA4 y la consola del navegador para asegurar la calidad e integridad de los datos recopilados.

Temario

01 Fundamentos de la analítica web y la medición del comportamiento del usuario en entornos digitales

1.1. Evolución histórica de la analítica web: de los contadores de visitas a la medición basada en eventos
1.2. Conceptos clave en la medición del comportamiento del usuario en sitios web
1.3. Ecosistema de herramientas de medición web: panorama actual y criterios de selección
1.4. Arquitectura básica de la recopilación de datos: del navegador del usuario al informe analítico
1.5. Cultura data-driven: integración de la medición del comportamiento en la estrategia digital de la organización

Temario

02 Sistemas de gestión de etiquetas (Tag Management Systems) y arquitectura de implementación

2.1. Concepto, función y ventajas de los sistemas de gestión de etiquetas en la medición web
2.2. Google Tag Manager: estructura fundamental, interfaz y flujo de trabajo
2.3. Configuración inicial de Google Tag Manager: instalación del contenedor y conexión con Google Analytics 4
2.4. Variables integradas y variables personalizadas: captura de datos del entorno de navegación
2.5. Activadores: definición de condiciones para el disparo controlado de etiquetas
2.6. Otros sistemas de gestión de etiquetas y buenas prácticas en la organización y documentación del contenedor

Temario

03 Definición, clasificación y configuración de eventos en la medición del comportamiento web

3.1. Concepto de evento en analítica web y su papel central en el modelo de datos de Google Analytics 4
3.2. Taxonomía de eventos en Google Analytics 4: categorías y criterios de clasificación
3.3. Diseño de un plan de medición de eventos alineado con los objetivos del negocio
3.4. Implementación técnica de eventos mediante Google Tag Manager
3.5. Implementación de eventos mediante código directo (gtag.js) y criterios de elección frente a GTM
3.6. Parámetros de eventos: definición, límites técnicos y registro como dimensiones y métricas personalizadas
3.7. Depuración y validación de eventos: herramientas y metodología de verificación
3.8. Casos prácticos de configuración de eventos en distintos tipos de sitios web

Temario

04 Modelado, seguimiento y atribución de conversiones en entornos digitales

4.1. Concepto de conversión en analítica web y su vinculación con los objetivos de negocio
4.2. Diferenciación entre macroconversiones y microconversiones: construcción de un embudo de valor
4.3. Configuración de conversiones en Google Analytics 4: eventos clave y parametrización del valor
4.4. Seguimiento de conversiones en plataformas publicitarias: Google Ads, Meta Ads y otros canales
4.5. Embudos de conversión: visualización y análisis del recorrido del usuario hacia el objetivo
4.6. Modelos de atribución de conversiones: fundamentos teóricos y aplicación práctica
4.7. Métricas derivadas de las conversiones: tasa de conversión, coste por adquisición y retorno de la inversión publicitaria

Temario

05 Implementación avanzada del etiquetado: capa de datos, comercio electrónico y etiquetado del lado del servidor

5.1. La capa de datos (dataLayer): concepto, estructura y función en la arquitectura de medición
5.2. Diseño e implementación de una capa de datos robusta para sitios web complejos
5.3. Medición avanzada de comercio electrónico con Google Analytics 4
5.4. Etiquetado del lado del servidor (server-side tagging): fundamentos, ventajas y arquitectura técnica
5.5. Implementación práctica del etiquetado server-side con Google Tag Manager
5.6. Seguimiento entre dominios y medición en entornos técnicamente complejos

Temario

06 Análisis, visualización e interpretación de los datos de comportamiento del usuario

6.1. Informes estándar y exploraciones personalizadas en Google Analytics 4
6.2. Segmentación avanzada de usuarios y construcción de audiencias en GA4
6.3. Conexión de Google Analytics 4 con BigQuery para el análisis de datos sin procesar
6.4. Construcción de cuadros de mando en Looker Studio con datos de comportamiento del usuario
6.5. Metodología para la generación de informes accionables y su integración en procesos de optimización

07 Privacidad, consentimiento y gobernanza de datos en la medición del comportamiento web

7.1. Marco normativo aplicable a la medición web: RGPD, Directiva ePrivacy y LSSI-CE
7.2. Plataformas de gestión del consentimiento (CMP): selección, configuración e integración con el sistema de etiquetado
7.3. Estrategias de medición en escenarios de restricción del consentimiento y pérdida de datos
7.4. Gobernanza de datos de medición y perspectivas de futuro

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06

Contenidos actualizados

Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07

El curso, por escrito

Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08

Autónomo, pero acompañado

Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09

Enseñanza adaptada

Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10

Estudio sencillo e intuitivo

Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

