ehuPrest

Analítica digital: Google Analytics 4 y estrategias con inteligencia artificial

16.Mar - 15.Jun 2026

Cod. 390-26

Mod.:
Online

Date
16.Mar - 15.Jun 2026

Location
Online

Languages
Spanish

Academic Validity
100 hours

Horario lectivo de la actividad para profesionales de la enseñanza
100 hours

Description

Esta microcredencial ofrece una formación avanzada y aplicada en analítica digital centrada en Google Analytics 4 (GA4) y en el uso estratégico de la Inteligencia Artificial para la toma de decisiones basada en datos.

El programa capacita al estudiantado para diseñar arquitecturas de medición, implementar sistemas de tracking avanzados, analizar audiencias y conversiones, visualizar información estratégica y aplicar herramientas de IA generativa y predictiva a todo el ciclo analítico.

La formación combina contenidos técnicos y estratégicos, orientados al entorno profesional actual, donde la privacidad del dato, la gobernanza analítica y la automatización de insights son elementos clave.

El formato online flexible —con contenidos asíncronos y sesiones síncronas especializadas— permite compatibilizar el aprendizaje con la actividad profesional y facilita una aplicación inmediata de los conocimientos adquiridos en contextos reales de negocio.

Al finalizar el programa, el estudiantado será capaz de:

- Diseñar planes de medición digital completos
- Implementar soluciones de tracking con GA4 y GTM
- Analizar datos complejos y extraer insights accionables
- Construir dashboards de negocio
- Aplicar IA para automatizar análisis y optimización
- Integrar analítica en procesos estratégicos de marketing

La superación del programa dará acceso a una certificación universitaria en formato digital con reconocimiento europeo.

Objectives

El objetivo principal de la Microcredencial es capacitar profesionales para diseñar, implementar y explotar sistemas avanzados de analítica digital con Google Analytics 4 integrando metodologías de inteligencia artificial para la optimización estratégica basada en datos.

Como objetivos específicos:

- Comprender el ecosistema actual de analítica digital y su evolución
- Configurar correctamente cuentas y estructuras de gobernanza del dato
- Implementar tracking avanzado mediante Google Tag Manager
- Analizar audiencias, adquisición, comportamiento y conversiones
- Diseñar visualizaciones orientadas a negocio
- Utilizar IA para planificación, análisis y automatización de insights
- Exportar y explotar datos en entornos avanzados (BigQuery)
- Desarrollar planes integrales de medición y mejora continua

Organised by

In collaboration with

Direction

Maite Ruiz Roqueñi

UPV/EHU, Profesora

Profesora Titular de la UPV/EHU en el área de Comercialización e Investigación de mercados. Imparto docencia en temáticas vinculadas a la Comunicación tanto en cursos de grado como de postgrado. Directora y responsable del Máster en Marketing y Ventas de la Universidad del País Vasco desde el año 2003. Mi actividad investigadora, se desarrolla en el grupo de investigación ECRI (Ethics in Finance & Social Value), en temas vinculados a la sostenibilidad y al desarrollo de herramientas que promuevan un nuevo modelo de empresa, más sostenible y focalizado en la generación de valor a las personas y a la sociedad en su conjunto.

Unai Tamayo Orbegozo

UPV/EHU

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesor Titular en comercialización e investigación de mercados en la Universidad del País Vasco UPV/EHU. Es codirector del máster en marketing y ventas de la UPV/EHU. Como investigador, es especialista en el campo del Marketing Ecológico. Sus intereses de investigación actuales incluyen Marketing Ambiental, Economía Circular, Responsabilidad Social Corporativa, nuevas tendencias en aprendizaje y métodos de investigación. Ha publicado en revistas indexadas. Actualmente es Vicedecano de Alumnado y Empleo en la Facultad de Economía y Empresa de la UPV/EHU (desde 2022).

Teachers

Asier Barainca

Asier Barainka, máster en Marketing en Buscadores por la Universidad Pompeu Fabra. Co-autor de los libros Google Analytics Mide y Vencerás, Google Tag Manager Mide y Vencerás y Data Analytics Mide y Vencerás. Fue responsable de analítica digital en la multinacional Panda Security y actualmente es consultor senior de analítica digital en LIN3S donde gestiona marcas como Supermercados Eroski, EITB, Laboral Kutxa, Saunier Duval, Mahou San Miguel o Athletic de Bilbao. Más de 12 años formando profesionales relacionados con al analítica digital en diferentes cursos y posgrados.

Silvia Iturrioz

Profesora de la UPV/EHU en Comercialización e investigación de mercados. Socióloga con amplia experiencia en la realización de estudios de mercado, gestión de bases de datos, estadística, geomarketing, micromarketing y paquetes estadísticos como R. Más de 20 años de experiencia laboral en el ámbito de la programación, la comunicación y la gestión y dirección de empresas.

Anuska Maraña

Anuska Maraña es Licenciada en periodismo por la Universidad del País Vasco y Máster en Dirección de Marketing Digital. Analista web senior en LIN3S con más de 10 años de experiencia. Certificada en Google Analytics y Google Ads, gestiona marcas como UnoDe50, Supermercados BM, Universidad de Deusto, UJI y Universidad Oberta de Catalunya (UOC).

Unai Martínez

Posgrado en Analítica Web. Master en Big Data & Business Intelligence. Tras 11 años de carrera en el ámbito de la Gestión Comercial y el Marketing, trabaja actualmente como Analista Digital y Data Scientist en la agencia LIN3S. Docente en programas de posgrado de analítica digital, en el Instituto Empresa, Master de Mondragón, MIDE y formaciones especializadas In-House. Ha gestionado proyectos de Analítica Digital, campañas, desarrollo web y modelos de ML.

Maite Ruiz Roqueñi

UPV/EHU, Profesora

Profesora Titular de la UPV/EHU en el área de Comercialización e Investigación de mercados. Imparto docencia en temáticas vinculadas a la Comunicación tanto en cursos de grado como de postgrado. Directora y responsable del Máster en Marketing y Ventas de la Universidad del País Vasco desde el año 2003. Mi actividad investigadora, se desarrolla en el grupo de investigación ECRI (Ethics in Finance & Social Value), en temas vinculados a la sostenibilidad y al desarrollo de herramientas que promuevan un nuevo modelo de empresa, más sostenible y focalizado en la generación de valor a las personas y a la sociedad en su conjunto.

Registration fees

If the microcredential has already started there will be no refund of the enrolment fee.

REGISTRATION	UNTIL 08-04-2026
Subsidized price	414,95 EUR

INSURANCE	UNTIL 08-04-2026
Mandatory accident insurance (Applies to non-EHU members)	4,00 EUR

Place

Online

Online