

---

## Google Analytics

- **Formato do curso:** Presencial
- **Preço:** 445€
- **Nível:** Iniciado
- **Duração:** 15 horas

O Google Analytics é uma ferramenta gratuita que permite a monitorização e caracterização da audiência de um determinado site, com inúmeras possibilidades de análise, nomeadamente, de fluxos e comportamentos. É indispensável para qualquer entidade que pretenda conhecer os visitantes do seu site, melhorar a sua indexação nos resultados de pesquisa, entre outras ações determinantes de Marketing Digital.

---

### Destinatários

Profissionais e estudantes de marketing, publicidade, comunicação, branding e web design, assim como gestores de conteúdos online, são o público-alvo do curso de Google Analytics.

---

### Pré-requisitos

Conhecimentos gerais de navegação na Internet são necessários para frequência na formação de Google Analytics.

---

### Objectivos

Esta formação pretende dotar os formandos de conhecimentos de Google Analytics. No final do curso, o formando estará apto a utilizar o Google Analytics como ferramenta de análise de métricas previamente definidas, criar e analisar relatórios.

---

### Metodologia

Presencial ou live training.

---

# Programa

- Introdução
  - O que é o Web Analytics
- Introdução ao Google Analytics
  - O funcionamento do Google Analytics
  - Descrição geral de contas, utilizadores, propriedades e visualizações de propriedade
  - Obtenção e configuração do código de controlo
  - Navegação no Google Analytics
  - Métricas - o essencial
- Configuração e Reporting
  - As principais áreas dos relatórios do Google Analytics
  - Configuração prática de uma conta de Google Analytics
  - Configurar e editar Objetivos
  - Definição e configuração de Alertas Inteligentes
- Associação entre serviços Google
  - Associar Google AdWords
  - Associar Google Webmaster Tools
  - Associar Google AdSense
- Real Time
  - Origens de Tráfego
  - Conteúdo
  - Localizações
  - Conversões
- Eventos de Inteligência
  - Alertas automáticos
  - Criar alertas personalizados
- Público-Alvo
  - Dados demográficos
  - Interesses
  - Geografia
  - Comportamento
  - Tecnologia
  - Google Mobile
  - Fluxo de visitantes
  - Testes de referência / Benchmark
- Aquisição
  - Canais
  - Fontes de tráfego: direto, referring e tráfego de pesquisa.
  - Campanhas e URL Builder
  - Palavras-chave
  - AdWords
  - Social
  - SEO

- Comportamento
  - Conteúdo do Website
  - Velocidade do Website
  - Motor de Pesquisa em Websites
  - Event tracking
  - Experiências A/B
- Conversões
  - Objetivos de sites / sites de ecommerce
  - Funis
- Custom Reports
  - Atuação com base na análise e visão global
  - Revisão dos relatórios e ferramentas do Google Analytics