

IEM Digital Business School

Guía Docente

Google Tag Manager

Primera Convocatoria 2024/2025

Datos generales de la asignatura

Programa: **Máster en Marketing Digital**
Asignatura: **Google Tag Manager**
Medida: **10.0 ECTS**
Carácter: **Obligatoria**

Temario

1. Introducción

- Presentación del profesor
- Objetivos del curso
- Importancia de Google Tag Manager en la analítica digital

2. Conceptos Básicos de Google Tag Manager

- Definición de un gestor de etiquetas
- Beneficios de usar Google Tag Manager:
- No requiere conocimientos avanzados de programación
- Reducción de dependencia del equipo de desarrollo
- Implementación eficiente de etiquetas y scripts
- Cómo funciona Google Tag Manager en la arquitectura web

3. Instalación y Configuración de Google Tag Manager

- Instalación de Google Tag Manager en un sitio web
- Creación y configuración de una cuenta en GTM
- Configuración de contenedores en GTM
- Gestión de permisos en Google Tag Manager:
- Permisos a nivel de cuenta
- Permisos a nivel de contenedor
- Historial de cambios y restauración de versiones

4. Componentes de Google Tag Manager

- Etiquetas:
- Fragmentos de código de seguimiento de herramientas como Google Analytics, Facebook Pixel, Hotjar, etc.
- Instalación de Google Analytics 4 (GA4) con Google Tag Manager
- Activadores:
- Condiciones que activan una etiqueta
- Tipos de activadores: Page View, Clicks, Form Submission, Scroll Depth, entre otros
- Variables:
- Parámetros reutilizables dentro de GTM
- Variables predefinidas vs. variables personalizadas

5. Implementación de Google Analytics 4 con Google Tag Manager

- Configuración de GA4 en GTM
- Creación de etiquetas y activadores para GA4
- Comprobación de la instalación con:

IEM Digital Business School

- Vista previa de GTM
- DebugView en GA4
- Medición de eventos en GA4 mediante GTM

6. Gestión de Consentimiento y Cookies en GTM

- Uso de plataformas CMP (Consent Management Platform)
- Configuración de etiquetas según el consentimiento del usuario
- Diferentes niveles de consentimiento y su impacto en la medición
- Implementación de cookies y su relación con Google Analytics y Google Ads

7. Medición de Usuarios en GA4

- Configuración de identificadores de usuario en GA4
- Implementación de Google Signals
- Captura de eventos en GA4 mediante GTM:
- Eventos recomendados y personalizados
- Parámetros de eventos en GA4
- Seguimiento de usuarios en múltiples dispositivos y sesiones

8. Implementación de Eventos en GA4 con GTM

- Creación de eventos en GA4 utilizando GTM
- Medición de conversiones y eventos clave:
- Visualización de página de agradecimiento
- Clics en enlaces específicos (llamadas telefónicas, emails)
- Integración de eventos con Google Ads y Facebook Pixel
- Configuración de activadores para eventos específicos

9. Uso Avanzado de Google Tag Manager

- Implementación de seguimiento de comercio electrónico en GA4 con GTM
- Variables y activadores avanzados en GTM:
- Variables de capa de datos (Data Layer)
- Seguimiento de formularios enviados
- Captura de eventos de clic y scroll
- Implementación de dimensiones personalizadas en GA4
- Creación de expresiones regulares en activadores y variables

10. Optimización de GTM y Debugging

- Uso del modo Vista Previa en GTM
- Debugging en GA4 con DebugView
- Monitorización de etiquetas y activadores
- Comprobación de variables y Data Layer en Chrome DevTools
- Mejores prácticas para mantener GTM organizado

11. Casos de Uso y Aplicaciones Prácticas

- Configuración de tracking para páginas 404
- Seguimiento de conversiones en e-commerce:
- Visualización de productos
- Añadir al carrito
- Compras realizadas
- Integración con herramientas externas (Google Ads, Facebook Pixel, Hotjar)
- Implementación de tracking avanzado para CRO (Conversion Rate Optimization)

IEM Digital Business School

12. Conclusiones y Cierre

- Resumen de los conceptos clave de GTM
- Beneficios de una correcta implementación de Google Tag Manager

Equipo docente

ARTURO JAVIER ARGILÉS CASASUS

Resultados de aprendizaje

Competencia básica

Competencias generales

Implementación de herramientas de analítica y marketing digital sin depender del equipo de desarrollo. Configuración de etiquetas para Google Analytics 4, Facebook Pixel, Google Ads, etc. Optimización del rendimiento del sitio web al reducir la carga de scripts externos (Competencias Instrumentales)

Creación de eventos personalizados en Google Analytics 4 (GA4) a través de GTM. Uso de activadores y variables para rastrear interacciones clave como clics, formularios enviados, tiempo de permanencia y scroll. Integración con plataformas de conversión para mejorar el seguimiento (Competencias Interpersonales)

Implementación de seguimiento de comercio electrónico en GA4, carritos abandonados y productos vistos. Configuración de Google Tag Manager para capturar datos mediante DataLayer y optimizar estrategias de marketing. Creación de informes avanzados en Google Analytics 4. (Competencias Sistémicas)

Conocimientos

Google Tag Manager (GTM) permite la implementación de etiquetas de seguimiento sin necesidad de editar el código de la web. Facilita la integración de herramientas como Google Analytics 4, Facebook Pixel, Google Ads y Hotjar. Optimiza la gestión de scripts y códigos de conversión

Implementación de eventos personalizados mediante GTM. Uso de activadores y variables para capturar interacciones como clics, scrolls, envíos de formularios y compras en e-commerce. Configuración de parámetros personalizados y dimensiones

Integración de e-commerce tracking en GA4 para medir transacciones, productos visualizados, carritos abandonados y conversiones. Implementación de DataLayer para extraer información clave sobre productos y comportamiento del usuario. Configuración de eventos avanzados de compra

Destrezas

Configuración y administración de Google Tag Manager (GTM) para integrar herramientas de analítica y publicidad. Implementación de etiquetas para Google Analytics 4, Google Ads, Facebook Pixel y otras plataformas de tracking. Optimización de la carga de scripts para mejorar el rendimiento del sitio web. (Plano Subjetivo)

Creación de eventos en GA4 mediante activadores y variables en GTM. Seguimiento de acciones clave como clics, scrolls, envíos de formularios y visualización de páginas específicas. Uso de Google Tag Manager Debug Mode para validar y depurar configuraciones antes de publicarlas. (Plano Psicomotor)

Actividades formativas

Clases magistrales	Presencial	5.0
Análisis de casos	Presencial	5.0

Actividades de evaluación

IEM Digital Business School

Estudios de caso