

MBA EN MARKETING DIGITAL

Horarios

Opción entre semana:

Lunes a Jueves
(+algún viernes)

Tardes
19.00 - 22.00 H.

Opción fin de semana:

Viernes
16.00 - 20.00 H.

Sábados
10.00 - 14.00 H.

Pide cita **aquí**
con un asesor de estudios

Consulta precio, ofertas y
promociones actuales en

info@cei.es
www.cei.es



360 H. (6 o 12 meses)

280 H. Presencial/*Online* + 80 H. Proyecto final

* El contenido de este programa es orientativo,
pudiendo variar el mismo por razones de actua-
lización o modificación de los contenidos.

CEI.

OBJETIVOS



Conoce a fondo las estrategias y modelos de negocio para liderar tu propia empresa digital/*startup* o consigue las habilidades, conocimientos y metodologías que hoy en día buscan las empresas digitales, todo desde una sólida y moderna base de administración, dirección y liderazgo.

Cada vez mas empresas necesitan profesionales que puedan gestionar o dirigir el cambio digital y constante en el que vivimos y, asimismo, cada vez más son los emprendedores que sueñan con crear su propia empresa o *startup*. El MBA en *Digital Business* y Marketing Digital de CEI pretende formar a los futuros líderes de compañías o emprendedores mediante una formación muy práctica, concreta y eficaz y con el objetivo de que los alumnos, una vez finalizado el periodo lectivo, sean capaces de gestionar el nacimiento y/o transformación que las empresas requieren en un mundo digital como el actual. Nuevos modelos de negocio digitales, fundamentos del marketing digital, posicionamiento y analítica web, estrategias competitivas o de nicho, *Lean startup*, gestión profesional de redes sociales, dirección y liderazgo, economías de red, emprendimiento serán algunos de los puntos clave que abordaremos.

Un programa integral que cubre todas las disciplinas del negocio y del marketing digital con dos objetivos: que el/la alumno/a no se desmotive y que se convierta en un/a líder que sepa como gestionar o dirigir empresas digitales exitosas.

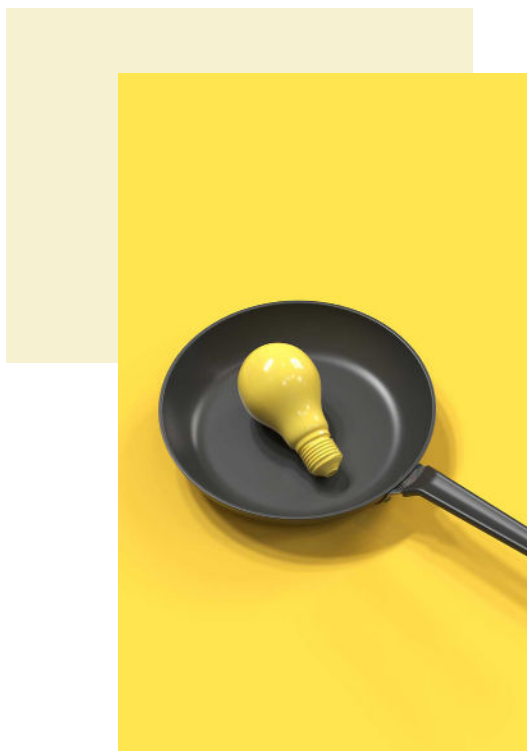
OFICIAL

Nuestra escuela es un **centro de formación oficial** de **Adobe**. Este hecho demuestra que CEI ha cumplido con todas las exigencias que solicita esta compañía y, asimismo, constituye una garantía de calidad para todos nuestros alumnos.

CEI es uno de los pocos **Centros de Formación Autorizados** por **Apple** en España. Por ello, nuestros alumnos podrán obtener la certificación profesional de Apple e impulsar su carrera en tecnologías del diseño y de la información.

Autodesk confía en nosotros y por ello nos ha otorgado la insignia **Autodesk Authorized Training Center**. Este sello premia a centros de enseñanza que mantienen y fomentan una formación de calidad en entornos relacionados con el diseño de interiores, la arquitectura BIM y el desarrollo de videojuegos.

Con este acuerdo, nuestra escuela se convierte en **Maxon Training Provider** y se consolida como centro de formación oficial y de referencia de Cinema 4D en España.





LA ESCUELA

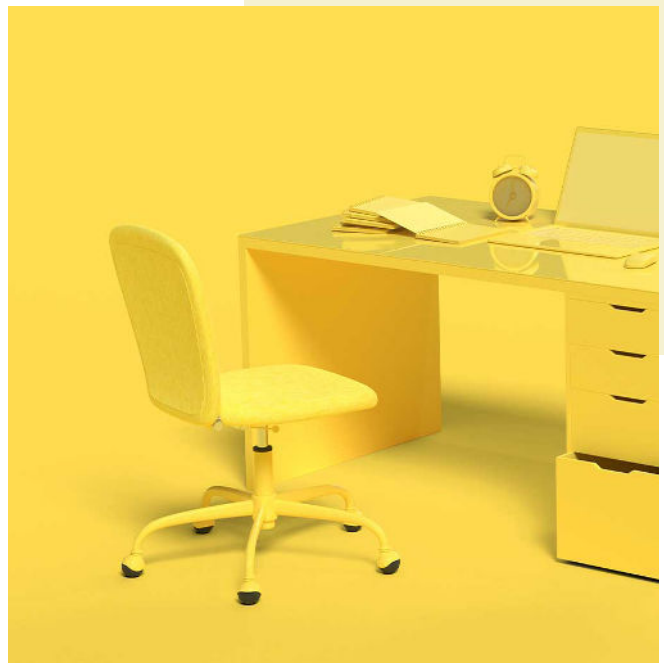
CEI -Centro de Estudios de Innovación- es una escuela de diseño digital del siglo XXI, fundada en el año 1991. Somos un **centro de formación oficial** de Adobe, Apple, Autodesk, Maxon y Google Partner, especializado en el sector del diseño y marketing digital, con sedes en Madrid y Sevilla. Nuestros cursos, *bootcamps*, masters y títulos superiores se desarrollan en seis áreas: diseño gráfico, desarrollo web, marketing digital, edición y postproducción de vídeo digital (VFX) y *motion graphics*, diseño de interiores y arquitectura y videojuegos.

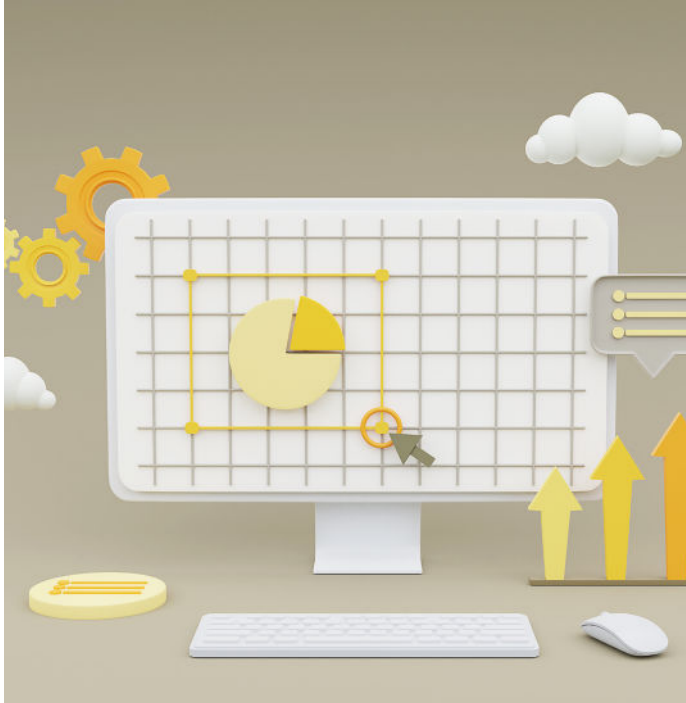
Ahora sabemos que acertamos cuando, en **1991**, apostamos por una enseñanza de calidad como escuela de diseño. Nuestra máxima fue, es y seguirá siendo que, el alumno, cuando acabe el periodo lectivo, maneje a la perfección las técnicas impartidas durante su formación. Por esto, la inmensa mayoría de los miles de alumnos que han pasado por nuestras aulas se han incorporado al mercado de trabajo o han mejorado sus condiciones laborales tras terminar sus estudios en CEI: Escuela de Diseño y Marketing.

Con más de **30 años** en el sector, más de **20.000 alumnos** formados y un equipo de profesionales altamente cualificados, CEI pretende potenciar las habilidades de sus alumnos adaptándose constantemente a las fuertes exigencias del mercado laboral de todo el mundo. Es por todo ello que nuestra Escuela ha sido galardonada, en los últimos años, por los Premios Excelencia Educativa como **Mejor Centro de Formación Presencial**, **Mejor Programa Educativo para Inserción Profesional**, **Mejor Web de Centro de Formación Presencial** y **Mejor Centro de Formación Profesional**.

PROGRAMA

- Introducción al Marketing Digital
- Planificación estratégica *online*
- Gestión de *social media*
- Marketing en buscadores: SEO y SEM
- Analítica web
- Modelos de negocios digitales
- Negocio y fundamentos del marketing
- Estrategia
- *Lean startup*
- Emprendimiento
- Dirección y liderazgo
- Digitalización de empresas y *E-commerce*
- Contabilidad, legislación y finanzas básicas





MÓDULO

DIGITAL BUSINESS

01 MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

- Introducción. *Business model canvas*
- Radiografía del ecosistema digital: la revolución digital 4.0
- Tecnologías exponenciales: *Blockchain, 3D Printing y Cloud Computing*
- Optimización Tech y estimulantes del negocio digital: *Machine Learning, Internet of Things y Big Data*
- Inteligencia artificial, modelos predictivos y análisis avanzado de datos
- El usuario: el cambio de paradigma en el consumidor “*people centricity*”
- Futuro sostenible: modelos colaborativos y otras tendencias de consumo
- Plataformas vs. Negocios Lineales

02 NEGOCIO Y FUNDAMENTOS DEL MARKETING

- Los clientes y el mercado objetivo
- Propuestas de valor ganadoras
- Curva de valor
- Leyes básicas de persuasión (Robert Cialdini), anuncios que funcionan, campañas de intriga, ganchos o cebos (*lead magnet*)

03 ESTRATEGIA

Análisis de un sector y del entorno de una empresa

- Atractivo (tamaño, crecimiento y rentabilidad -cinco fuerzas de Porter-)
- Barreras de entrada (economía de escala, economía de red, marcas, inversión, patentes...)
- Concentración (competidores)
- Macro-entorno (factores externos-análisis PEST)
- Diferenciación (grado de diferenciación y propuesta de valor)
- Ciclo de vida del producto

Estrategias genéricas

- Ventajas competitivas (marcas, clientes fieles, logística, talento, ubicaciones...)
- Criterios (rendimiento, sostenibilidad, difícil de imitar)
- Estrategias genéricas de Michael Porter o ventajas competitivas (liderazgo en coste vs. especialización)
- *Network effect* como estrategia competitiva

Estrategias de segmentación o de nicho

- Foco demográfico, geográfico o producto
- Nicho: liderazgo en costes o diferenciación

- Ventajas: conocimiento, sensibilidad al precio, márgenes, liderazgo, barreras de entrada, adaptabilidad, eficacia en marketing, fidelidad
- Amenazas: tamaño de mercado, competidores
- Estrategia del mejor coste (*best cost strategy*)

Estrategias de crecimiento

- Matriz Ansoff
- Desarrollo de mercados y productos
- Diversificación
- Penetración en el mercado
- Crecimiento orgánico vs. crecimiento inorgánico
- Tipos de crecimiento inorgánico: alianza, *joint venture*, fusiones, adquisiciones
- Estrategias de integración verticales y horizontales

04 LEAN STARTUP

- Filosofía Lean. Crear algo que tus clientes quieran comprar (idea o innovación)
- Hipótesis-*Lean Canvas*
- Experimentos: "*get out of the building*"
- Aprendizaje validado: éxito, fracaso o cambio
- Errores más habituales de las *startups*: ejecutar antes de validar

05 EMPRENDIMIENTO

- Primeros pasos
- · Formar equipo
- · Financiación para *startups*
- · Principales inversores y rondas
- · Vender tu proyecto

06 DIRECCIÓN Y LIDERAZGO

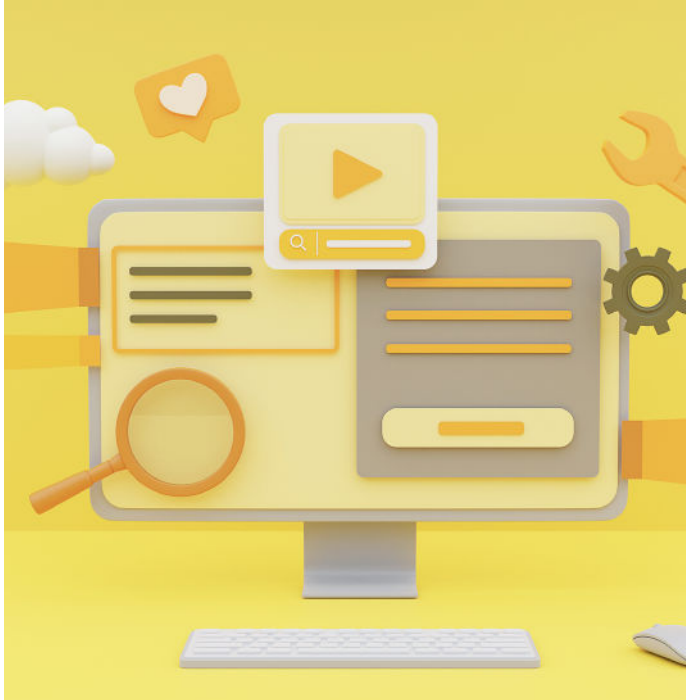
- Liderazgo exponencial: dirigir y gestionar capital humano
- Atraer, captar y retener el talento implantando una cultura organizacional 4.0
- Metodología *Lean & Scrum*: diferencias y similitudes
- Metodología OKR
- Aplicar las metodologías ágiles y los nuevos modelos organizacionales
- Dirigir y motivar equipos de alto rendimiento usando el *Corporate Entrepreneurship*
- Internacionalización, geoestrategia y ciberseguridad

07 DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS Y E-COMMERCE

- Transformar una empresa tradicional: la revolución digital
- Incorporar la innovación, la tecnología y la automatización en tu cadena de valor
- Integrar la innovación: *fintech, edtech, growth strategy, open innovation*
- Estrategia digital: dirección de operaciones digitales, análisis competitivo e innovación
- Desarrollo de productos: *User Experience, Design thinking y Problem solving*
- Inversión y financiación: *¿crowdfunding? ¿Startup?*
- *Marketing Push: Ecommerce y Mobile Marketing*

08 CONTABILIDAD, LEGISLACIÓN Y FINANZAS BÁSICAS

- Principales aspectos legales y empresariales, protección de datos y protección de activos intangibles
- Contabilidad de dirección: principios fundamentales
- Estados financieros: principios fundamentales
- Valoración de inversiones y empresas



MÓDULO MARKETING DIGITAL

01 INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

Marketing Digital

- ¿Qué es el marketing?
- 10 cambios del marketing digital
- Internet y la nueva era del marketing digital
- Web 3.0
- Nuevos enfoques
- Campañas 3.0
- Marketing Viral

Nuevos modelos de negocio basados en web 2.0

- Retos y desafíos para emprendedores digitales
- Cambios en las diferentes industrias
- Salidas laborales del marketing digital
- Nuevos medios de pago
- Modelo *Lean Canvas*

Atrayendo clientes en la era digital

- Momento cero de la verdad
- Encontrar el público objetivo
- ¿Qué es un lead?
- Empezar a desarrollar *Buyer/Personas*
- Matriz de toma de decisiones
- RGPD

Marketing de contenidos

- Realidad actual. El contenido es el rey
- Definición de marketing de contenidos
- Tendencias en el marketing de contenidos
- La importancia de una estrategia de contenidos
- ¿Cómo generar contenido viral y atractivo?

02 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ONLINE

Estrategia de marketing online

- Estrategia de marketing online
- Análisis de la situación actual de la empresa
- Análisis D.A.F.O enfocado a web
- Investigación de la competencia basada en web
- Definición de objetivos y cronograma
- Recursos necesarios para su realización y desarrollo
- Plan de ejecución y establecimiento de métricas
- Análisis de resultados
- Cálculo del ROI

Copywriting | Escribir para vender

- Comunicación y gestión de la conversación
- Transmitir mensajes de forma eficaz y atractiva
- Gestión de mensajes dañinos

Campaña de e-mail marketing

- Bases de datos de contactos
- Generación de *leads* de calidad
- Técnicas de diseño para crear un e-mail efectivo
- Legislación referente al e-mail marketing
- Métricas del e-mail marketing.
- Herramientas y plataformas *online*
- Presupuesto y recursos necesarios para su implementación
- Análisis de resultados y ROI
- Casos de éxito
- Caso práctico: creación de una *newsletter*

Social Media Plan

- Análisis de la situación actual de las redes de la empresa
- Análisis de la competencia en redes sociales
- Selección de plataformas y canales
- Creación de sinergias: personas con influencia y mapas de blogs
- Definición de objetivos
- Estrategia de contenidos
- Estrategia de acciones
- Herramientas para la gestión de *social media*
- Establecimiento de métricas por red social: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Blog, etc.
- Herramientas de monitorización de redes sociales

03 GESTIÓN DE SOCIAL MEDIA

Community Manager

- Perfil, funciones, tareas, rol en la organización
- El horario del *Community*: 24/7, 365 días al año
- Influencia (marca personal)
- Estrategias de *community management*:

labores, responsabilidad y posibilidades

- Herramientas de *Community Manager*
- Buffer, Canva, Giphy

Concursos para Redes Sociales

- Pasos para crear un concurso
- Herramientas de creación de concursos
- Aspectos a tener en cuenta
- Casos de éxito
- *EasyPromos App*

Facebook

- Facebook para empresas. Proceso para crear una cuenta de empresa (Práctica)
- Campañas de Facebook Ads
- Tipos de campañas y objetivos
- Segmentación de anuncios
- Creación de públicos personalizados para campañas
- Píxel de seguimiento
- Formatos de anuncios
- Facturación en Facebook Ads
- Casos de éxito y acciones que han impactado en la manera de utilizar esta red social
- Analítica y promoción a través de esta red social

Twitter

- Usos de Twitter por parte de las marcas
- Creación de campañas y participación
- Twitter para empresas
- Campañas de Twitter Ads
- Tipos de campañas y objetivos
- Segmentación de anuncios
- Creación de públicos personalizados para campaña
- Seguimiento de conversiones
- Formatos de anuncios
- Casos de éxito y acciones que han impactado en la manera de utilizar esta red social
- Analítica y promoción a través de esta

- red social

Youtube

- Vídeo Marketing
- Estrategias para Vídeo Marketing
- La nueva figura del *youtuber*
- Youtube y el SEO
- Bancos de imágenes
- Bancos de vídeos

Instagram

- Instagram Ads
- Formatos de anuncios y cómo crearlos
- Instagram y Facebook para vender productos
- *Apps* de Instagram

Pinterest

- Pinterest para empresas
- Pinterest Ads
- Campañas de Pinterest Ads
- Tipos de campañas y objetivos
- Segmentación de anuncios
- Creación de públicos personalizados para campañas
- Seguimiento de conversiones
- Widgets en Pinterest
- Pinterest y el SEO

LinkedIn

- Usos de la red social
- Participación en grupos
- Perfiles de empresas: cómo crearlos.
- Creación de un perfil personal (Práctica)
- Mejoras del perfil a través de recomendaciones: cómo obtenerlas
- Campañas de LinkedIn Ads
- Tipos de campañas y objetivos
- Segmentación de anuncios
- Creación de públicos personalizados para campaña
- Seguimiento de conversiones

Google My Business

- Introducción a Google My Business
- Gestión de perfiles
- Páginas y productos en Google My Business
- Opiniones y reseñas
- Google My Business y el SEO

Introducción a WordPress

- Creación de *Hosting* y Dominio para la clase
- Introducción a Temas
- Introducción a *Posttypes* (Creación de Páginas, Entradas, Productos)
- Creación de Menús
- *Plugins* básicos
- El blog como herramienta personal
- Consejos para generar contenidos en blogs
- ¿Cómo diseñar una *landing page* atractiva?

E-Commerce

- Introducción al E-Commerce
- WooCommerce

04

MARKETING EN BUSCADORES: SEO y SEM

SEO

- Introducción al Marketing en buscadores
- Usabilidad y accesibilidad web
- Indexación en Google Search Console (*Mobile First Indexing*)
- Herramientas importantes de Search Console (rendimiento de palabras, errores, enlaces, clics, impresiones, ctr, dispositivos, etc.). Realizar paso a paso una correcta indexación en Google
- Definición de palabras clave
- Herramientas para Keywords (SEMrush,

Ubbersuggest, Keywords Everywhere)

- SEO *On-Page*: optimización de contenidos
- Screaming Frog
- Metatítulos, metadescripciones, estructura de contenidos, *headings*, etiquetas importantes
- Optimización de imágenes para SEO
- Escritura de SEO
- Marcado de datos
- Optimización de entradas a blogs a nivel de SEO
- Instalación de *plugins* especializados en SEO
- Top de extensiones de navegación para SEO (Moz toolbar, Check My Links)
- SEO *Off-Page*: optimización externa
- Construcción natural de enlaces
- Redireccionamientos Web y estatus de páginas 301, 404, 5xx, etc.
- Malas prácticas en posicionamiento SEO
- Casos de éxito
- Caso práctico: planificación y desarrollo de estrategia SEO
- Lista paso a paso para empezar a hacer SEO
- Auditoria de SEO

SEM

- Estrategia de publicación de anuncios
- Funcionamientos de Ad Rank de Google
- Investigación de palabras clave con la herramienta planificador de palabras clave
- Tipos de concordancias de palabras clave
- Palabras clave negativas
- Tipos de pujas
- Caso práctico: planificación y desarrollo de estrategia SEM
- Red de búsquedas
- Red de *display*
- Métricas en Adwords
- Listas de remarketing
- Youtube Ads

05 ANALÍTICA WEB

- Introducción a Google Analytics
- Implementación de códigos de seguimiento
- Creación de vistas, perfiles y permisos
- Tipos de datos (dimensiones, dimensiones secundarias, métricas, métricas personalizadas)
- Planificación de objetivos
- Metas, eventos, filtros y canales
- Definición de métricas, tipos de conversiones
- Introducción a Google Tag Manager
- Creación de públicos personalizados
- Listas de remarketing
- Segmentos personalizados
- *Dashboards* Personalizados

06 ÚLTIMOS DÍAS DE CURSO

- Certificaciones de Google
- Repaso final de curso
- Tutorías de proyecto