MÁSTER UNIVERSITARIO EN **DISEÑO, POSICIONAMIENTO Y ANALÍTICA WEB**

Horarios:

Lunes a Jueves
(+algún viernes)

Mañanas
09.00 - 12.00 H.
12.00 - 15.00 H.

Tardes
16.00 - 19.00 H.
19.00 - 22.00 H.

2 Exámenes
2 Proyectos finales

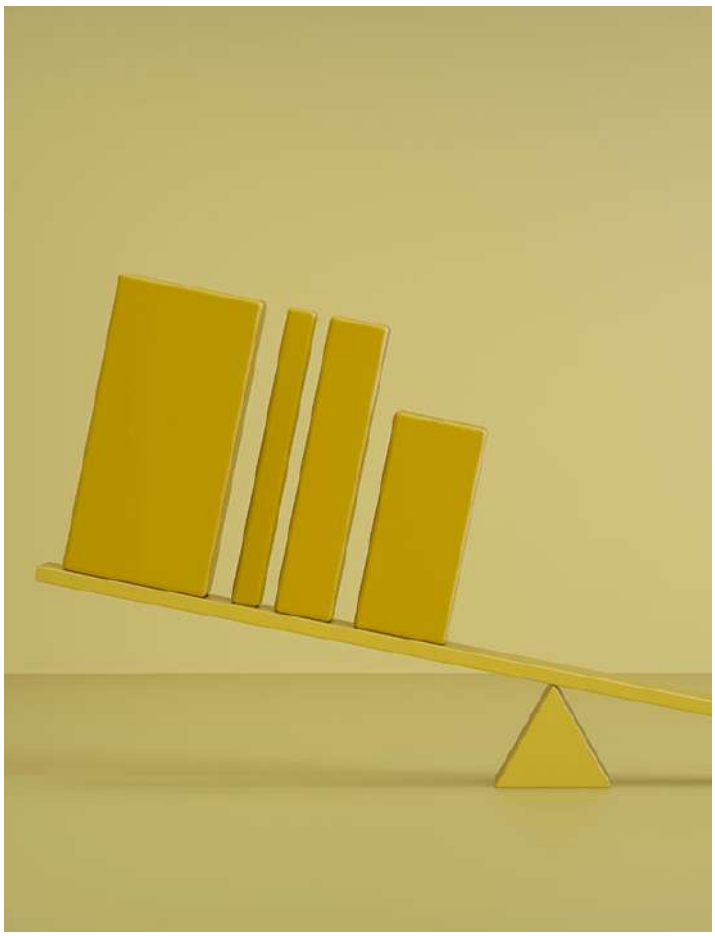
Consulta precio, ofertas y promociones actuales en

info@cei.es
www.cei.es

Pide cita aquí
con un asesor de estudios

CEI.

udima
UNIVERSIDAD A DISTANCIA DE MADRID



TITULACIÓN UNIVERSITARIA (60 ECTS)
(7 meses) Presencial/*Online*
Madrid-Sevilla

* El contenido de este programa es orientativo, pudiendo variar el mismo por razones de actualización o modificación de los contenidos. Título propio.



OBJETIVOS

Destacan entre los contenidos principales de este máster las siguientes materias: diseño web con WordPress, estrategias de marketing digital, posicionamiento en buscadores (SEO y SEM), analítica y optimización web.

WordPress es usado, hoy en día, por más del 20% de las páginas webs de todo el mundo y constituye una herramienta básica para los profesionales del marketing digital. Y cuando decimos básica no queremos decir simple. WordPress pone a tu disposición miles de plantillas, para que, de una forma pautada, puedas crear una página web con resultados profesionales, incluidas, por supuesto, aquellas webs cuya finalidad sea el comercio electrónico –objetivo directo del marketing digital-.

Muchas de las webs que conoces, más de las que imaginas -e incluso en las que compras-, están hechas y mantenidas a través de WordPress. Por todo ello, nadie duda de que WordPress es una herramienta muy útil para cualquier profesional del Marketing Digital y que, por tanto, este Máster resultará muy útil para cualquier persona que quiera dedicar su futuro al mundo del Marketing *online*.

Durante el transcurso del máster el alumno aprender la importancia que tiene la interrelación de las herramientas que aprenderá en los dos módulos que componen este máster: marketing digital y WordPress.

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.

Adobe AUTHORIZED Training Center

Authorized Training Center

AUTODESK Authorized Training Center

MAXON TRAINING PROVIDER





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,* másteres 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.

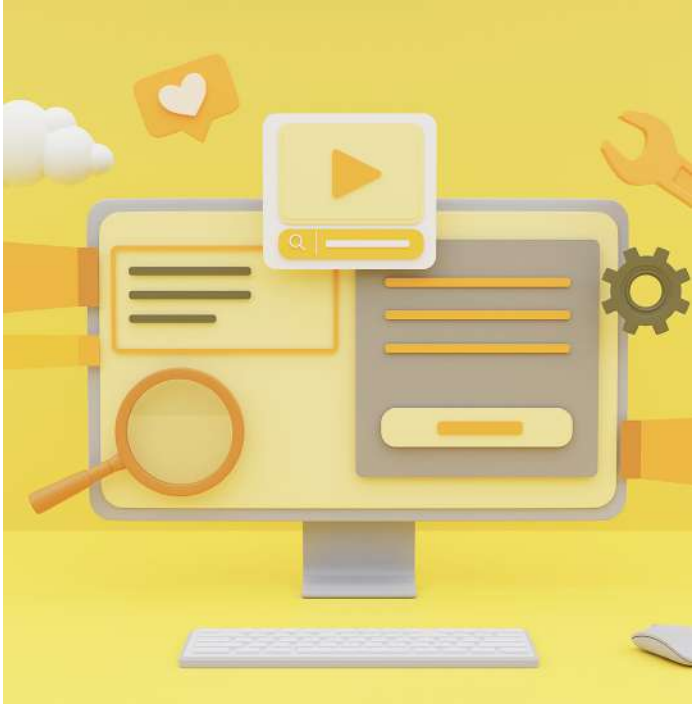
PROGRAMA

- Introducción al Marketing Digital
- Planificación Estratégica *Online*
- Gestión de *Social Media*
- Marketing en buscadores: SEO y SEM
- Analítica Web **(22,5 ECTS)**

- Diseño web con WordPress
- Conceptualización web (Figma)
- Cotización y planificación web
- Desarrollo web y optimización en WordPress **(22,5 ECTS)**

- Trabajos de fin de Máster **(15 ECTS)**





MÓDULO

MARKETING DIGITAL

01 INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

(22,5 ECTS)

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, Ghiphy

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 *Postypes* (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

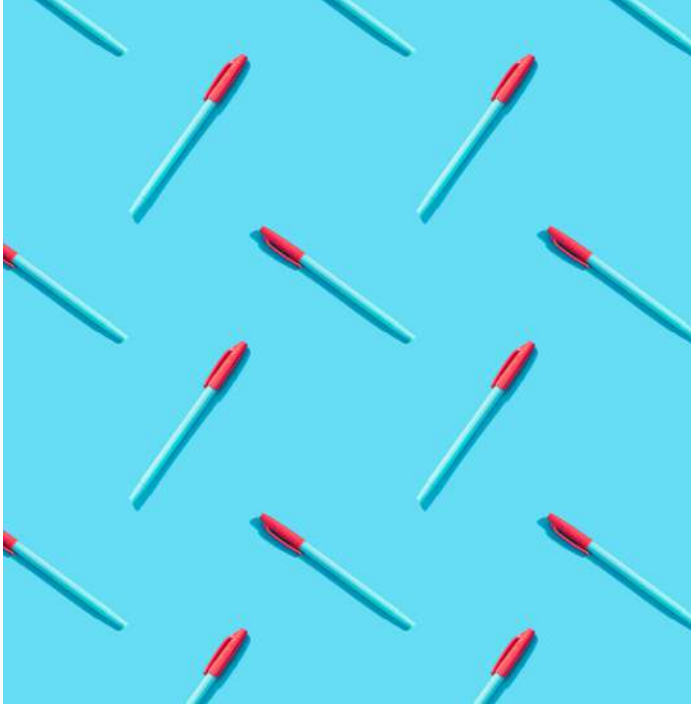
- Estrategia de publicación de anuncios
- Funcionamientos de Ad Rank de Google
- Investigación de palabras clave con la herramienta planificador de palabras clave
- Tipos de concordancias de palabras clave
- Palabras clave negativas
- Tipos de pujas
- Caso práctico: planificación y desarrollo de estrategia 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 DEL MÓDULO

- Certificaciones de Google
- Repaso final del módulo
- Tutorías de proyecto



MÓDULO

DISEÑO WEB CON WORDPRESS

01 INTRODUCCIÓN
(22,5 ECTS)

- La web. Tipos y estructuras
- Google *Mobile First Index*
- WordPress. ¿Qué es?
- El Diseño web. Proceso creativo

02 INVESTIGANDO

- Proceso de investigación
- Técnicas de análisis

03 COTIZANDO Y PLANIFICANDO

- ¿Cuánto vale mi página web?
- Planificación temporal del trabajo
- Sistemas de gestión para trabajar el diseño web

04 CONCEPTUALI-ZANDO LA WEB

- La inspiración y toma de referencias
- La identidad visual. Manual de estilos web
- Creación del árbol de contenidos
- Boceteo o *wireframes*
- Creación de *mockups*
- Prototipado de la web
- Presentación al cliente y preparación de contenidos

05 CREANDO CONTENIDOS

- *Copywriting*
- Tipos de contenidos
- La generación de contenidos en WordPress. *Post* y páginas
- Las imágenes. Tipos y tratamiento para web
- Política de Privacidad y la Política de *Cookies*

06 DESARROLLANDO NUESTRA WEB I

- Conociendo WordPress
  - Instalación en local y servidor
  - Preparación de un WordPress. Pasos esenciales
  - Estructura de WordPress y su interfaz
- Los *plugins*
- Biblioteca de medios: optimización de imágenes
- Los temas
  - Tipos de temas
  - Explicando un tema
- Trasladando nuestro diseño a WordPress
  - Diseñando el *body*
- Compositores visuales: Elementor
- *Addons* y complementos
- Creando web en *Mobile first*
- Formularios de contacto
  - Diseñando *headers* personalizados.
- Los menús
  - Diseñando *footers* personalizados
  - Creación propia de plantillas y *snippets*
  - Creación de layouts personalizados para post
  - Creación de post types personalizados y sus *layouts*
  - Creación de campos personalizados
- Ecommerce: WooCommerce
  - Explicación y configuración de una tienda *online*
  - Creación de plantillas de producto personalizadas

- **-** Modificación y configuración del *checkout*
- **-** *Plugins* necesarios

- Gestión de usuarios en WordPress
  - **-** Roles de usuarios
  - **-** Registro de usuarios
  - **-** Creación de áreas privadas y membrecías
  - **-** Visualización de contenidos según roles
- Traducción de páginas web
  - **-** Uso del *plugin*
  - **-** Traducción de temas y *plugins*
- Exportación y copias de seguridad de WordPress
- Otros *plugins* de interés: *sliders*, compartir en redes sociales, *feeds*, chats, etc.
- Desarrollando la Web: Introducción al editor visual (Gutenberg).
- Integración de WordPress con servicios de terceros como por ejemplo: Recaptcha, Mailchimp, Google Analytics, Google Search Console

07 OPTIMIZANDO Y PROTEGIENDO NUESTRA WEB

- Optimización de rendimiento de nuestro WordPress
  - **-** Optimización del código
  - **-** Instalación de cachés
- Protección del WordPress
  - **-** Protección de los accesos a WordPress
  - **-** Protección de contenidos y carpetas
  - **-** Protección contra ataques exteriores

08 DESARROLLANDO NUESTRA WEB II

- Introducción al *Inbound marketing* para WordPress
- Creación de mapas del *site*
- Instalación y configuración de *plugin* de SEO

09 DESARROLLANDO NUESTRA WEB III

- Técnicas de mantenimiento de WordPress

10 TRABAJOS DE FIN DE MÁSTER

(15 ECTS)