



NUESTRO MÉTODO

CLASES PRESENCIALES, GRUPOS REDUCIDOS

En CEI pensamos que la mejor forma de aprender los conceptos teóricos y prácticos que contienen nuestros cursos y másteres es bajo la presencia permanente del profesor especializado en la materia objeto de tus estudios, el cual tutela y dirige el aprendizaje del alumno de una forma constante y personal, garantizando el máximo aprovechamiento de tu valioso tiempo. Esto, unido a que la formación se realiza en grupos reducidos, potencian las posibilidades de asimilar mucho mejor la materia estudiada.

SISTEMA DE ENSEÑANZA GARANTIZADO

Una vez matriculado cualquier alumno, si así lo desea, tiene la posibilidad de repetir el curso o máster ya realizado en CEI: Escuela de Diseño de forma completamente gratuita, garantizándose de esta forma el total aprendizaje de la materia elegida. Consultar más información en Secretaría.

DIVERSIDAD DE HORARIOS

En CEI pensamos que somos nosotros los que debemos adaptarnos a las necesidades de los alumnos y no al revés, por eso disponemos de horarios de mañana, tarde y noche que facilitan al alumno la compatibilidad del curso o máster con las actividades profesionales o personales de nuestros alumnos.

BOLSA DE TRABAJO

Después del periodo de formación, nuestra Escuela no se limita exclusivamente a mantener una base de datos de nuestros alumnos y ex-alumnos. Nuestros 25 años de experiencia y contactos en este entorno hacen de nuestra Bolsa de Trabajo una herramienta sumamente eficaz para que nuestros alumnos puedan alcanzar un puesto de trabajo. Disponible para cualquiera de nuestros cursos y másteres, de forma completamente gratuita.

GARANTÍA LABORAL POR ESCRITO

Al matricularte en cualquiera de nuestros másteres (para la Escuela de Sevilla se exigirá, al menos, un máster avanzado) podrás acogerte a nuestra Garantía Laboral por la que nos comprometemos a encontrarte un puesto de trabajo relacionado con tus estudios en un plazo no superior a los tres meses de la finalización del máster. De no conseguirlo, CEI continuaría fomentando tu formación y, en consecuencia, tus posibilidades laborales ofreciéndote gratuitamente el Curso de 180 h. que tú elijas. Es necesario solicitar la Garantía Laboral al formalizar la matrícula. Consultar en secretaría.

FINANCIACIÓN PROPIA SIN AVALES

Facilitamos la realización de nuestros cursos y másteres mediante la concesión automática e inmediata de financiación por la propia Escuela (sin que intervenga ninguna entidad financiera) de la totalidad del importe de tus estudios. Puedes pagar tu formación en plazos de hasta 3, 6 ó 10 meses, dependiendo del curso o máster en el que te matricules.

PAGO GARANTIZADO

Financia tus estudios con total seguridad. Te garantizamos por escrito, al matricularte, la devolución de los plazos abonados y el reintegro del resto del curso o máster en caso de la accidental y definitiva interrupción de la docencia de los mismos.

Nota: El contenido de este programa es orientativo, pudiendo variar el mismo por razones de actualización o modificación de los contenidos, no teniendo carácter contractual. Consultar en Secretaría.

MÁSTER AVANZADO EN DISEÑO MULTIMEDIA Y MARKETING DIGITAL

OBJETIVOS

Una de las profesiones que mayor auge ha tenido en los últimos años es la del Community Manager pero no podemos entender esta profesión como aquella persona que únicamente se dedica a publicar posts en las redes sociales. El community Manager de una empresa o de su propia marca personal debe ser una persona con muchas aptitudes. Entre ellas, debe destacar la capacidad de análisis, el seguimiento de resultados y conocer conceptos claves como el posicionamiento SEO/SEM pero, también, debe ser una persona con los conocimientos necesarios para crear piezas audiovisuales de impacto que logren llamar la atención de su comunidad bien sea en una red social, un blog o una página web. Estas piezas pueden ser vídeos, el formato más consumido hoy en día, pero también pueden ser imágenes, memes, gifts, etc... Por ello, en CEI hemos decidido conjugar tres de nuestros mejores módulos en un Máster Avanzado de Diseño Multimedia y Marketing Digital:

1. En el módulo de diseño gráfico el alumno adquiere los conocimientos técnicos para dominar a la perfección el tratamiento digital de imágenes y tipografías con los "3 imprescindibles" de la suite Adobe Creative para el diseño gráfico; Photoshop, Illustrator e Indesign.
2. Asimismo, gracias al módulo de Edición y Postproducción de Vídeo Digital (VFX) el alumno será capaz de utilizar todas las herramientas de las que, como profesional del medio audiovisual, se valdrá más tarde en su puesto de trabajo a la hora de editar y postproducir vídeos digitales: Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, Adobe Audition.
3. Estos conocimientos para el diseño de vídeos e imágenes se ven completados con el módulo de Marketing Digital que le permitirán al alumno conceder el contenido teórico a todos sus diseños. Asimismo, el alumno aprenderá cómo hacer visuales de forma adecuada sus propias piezas mediante la creación de una imagen de marca y el impulso que otorga la publicidad en las Redes Sociales y el posicionamiento web: SEO y SEM, así como el desarrollo de estrategias de venta, nuevos modelos de negocio en web 2.0 y la analítica web.

CONTENIDOS

Diseño Publicitario: **Illustrator**.

Tratamiento de la Imagen: **Photoshop**.

Diseño Editorial: **InDesign**.

Edición de vídeo: **Adobe Premiere**. Edición de audio: **Adobe Audition**.

Composición de vídeo y motion design: **Adobe After Effects**.

3D motion design: **Cinema 4D R18**.

Introducción al **Marketing Digital**.

Gestión de **Social Media**.

Planificación Estratégica Online. **Mobile Marketing**.

Técnicas y Herramientas para **Community Managers**.

Posicionamiento web: **SEO y SEM**. Analítica Web.

DURACIÓN

540 H. TOTAL

420 HORAS
Presenciales
Lunes a Viernes

120 HORAS
Proyectos finales

HORARIOS

MAÑANAS

09:00-12:00
12:00-15:00

TARDES-NOCHES

16:00-19:00
19:00-22:00

PRECIO

CONSULTAR

Infórmate por teléfono, mándanos un correo electrónico o pásate por el propio centro

PROGRAMA

DISEÑO GRÁFICO

Adobe Illustrator

- Modos de color (RGB y CMYK).
- Mesas y espacios de trabajo.
- Formas básicas.
- El color.
- Pincel.
- Lápiz.
- Pluma.
- Trazos.
- Girar/Reflejo.
- Efectos.
- Texto.
- Borrador/Tijeras/Cuchilla.
- Insertar imágenes.
- Calco interactivo.
- Pintura interactiva.
- Mallas de degradado.
- Máscara de recorte.
- Buscatrazos.
- Motivos.
- Transparencia.
- Símbolos.
- Panel apariencia.
- Expandir.
- Perspectiva.
- 3D.
- Impresión y salida.

Adobe Photoshop

- Modos de color (RGB, CMYK, Mapa de bits, Escala de grises, color lab).
- Espacios de trabajo.
- Pixel.
- Capas.
- Formas básicas.
- Herramientas de selección.
- El color.
- Varita mágica.
- Cuentagotas.
- Pincel.
- Lápiz.
- Tapón de clonar.
- Pluma.
- Texto.
- Lazo.
- Tratamiento de las imágenes (ajustes).
- Tiritas.
- Desenfocar.
- Sobreexponer/Subexponer.
- Objeto inteligente.
- Escala.
- Mockups.
- Impresión y salida.

Adobe InDesign

- Trabajo con documentos.
- Retícula.
- Márgenes.
- Páginas.
- Capas.
- Columnas.
- Guías.
- El color.
- Trazo.
- Muestras.
- Vínculos.
- Textos.
- Trabajo con estilos.
- Tablas.
- Tipos de alineación.
- Trabajo con objetos.
- Símbolos y caracteres.
- Exportación para impresión y salida.

EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE VÍDEO DIGITAL (VFX) Y MOTION GRAPHICS

Introducción a la edición de vídeo en Adobe Premiere

- Presentación curso, planteamiento objetivos y primera toma de contacto con Adobe Premiere.
- Comprensión del entorno de trabajo enfocado a la edición profesional de vídeo y al trabajo en equipos de post-producción multidisciplinarios.
- Configuración inicial de proyectos, resoluciones de trabajo y emisión actuales, tanto de rodaje, como de emisión, cinematográficas y web (8K, 6K, 4K, 2K y FullHD).
- Diferencias y particularidades entre los sistemas de emisión europeos (PAL, SECAM), americanos (NTSC) y cinematográficos, así como como tasas de fotogramas, frecuencias de refresco y entrelazados.
- Rol de montador-editor en el entorno audiovisual.
- Flujo de trabajo con material real de emisión e introducción al montaje narrativo.
- Introducción a las herramientas básicas de sonorización.
- Rol de montador-editor en el entorno audiovisual.
- Lenguaje narrativo audiovisual: Explicación del Efecto Kuleshov como la base del montaje audiovisual.
- Introducción al guion técnico; la terminología y la semántica audiovisual.
- Flujo de trabajo con material en bruto de rodaje y guion técnico.
- Teoría del diseño.
- El camino de la especialización: dificultad ascendente y prácticas constantes. Cada clase está

PROGRAMA (CONTINUACIÓN)

dividida en una breve explicación teórica y uno o dos ejercicios relacionados y de suma importancia.

Edición Avanzada, Narrativa Audiovisual y teorías montaje

- Flujo de trabajo avanzado en Premier con múltiples secuencias y anidamientos.
- Sincronización avanzada de sonido directo externo.
- Tituladora integrada, rotulación y subtítulos.
- Trabajo con secuencias de imágenes y alfas (transparencias).
- Introducción a la corrección en ámbitos LUT.
- Adobe Dynamic Link: Qué es y funcionalidades.
- Sincronización entre los programas Suite Adobe.
- Sincronización mediante Dynamic Link con Adobe Photoshop, flujo de trabajo con imágenes multicapa y animación bajo Premiere.
- Introducción al sistema de "keyframes".
- Masterización video-audio básica.

Edición Broadcast. Flujos de Edición en Entornos Profesionales de emisión y/publicitarios.

- Teoría avanzada del montaje: Eisenstein y Pudovkin.
- Flujo de trabajo con material de rodaje real en RAW 2K para emisión broadcast.
- Corrección avanzada de color de material rodado con gama logarítmica, comprensión de ésta y ventajas.
- Link Dinámico con Adobe Audition.
- Edición y post-producción de sonido multipista.
- Flujo de trabajo en Audition, ventajas sobre la edición sonora sobre Premiere.
- Efectos de sonido, compresores, buses y masterización audio final.
- Masterización final en formato XDCam HD (que es el formato de emisión actual de todos los canales de emisión nacional).
- Implicaciones a nivel de imagen, codecs, canales y volúmenes audio en entornos broadcast.
- Flujo de trabajo para múltiples masterizados y plataformas: DCP (Digital Cinema Profile), Emisión, Web, Móvil... etc, mediante Adobe Media Encoder.

COMPOSICIÓN, VFX Y MOTION GRAPHICS EN ADOBE AFTER EFFECTS

Introducción a Adobe After Effects y a la composición multicapa o matte painting

- ¿Qué es la postproducción o composición de vídeo? Introducción a After Effects, su interfaz y sus particularidades.
- Comprensión básica del sistema de capas y el motion desing.
- Dynamic Link con Adobe Premiere.
- Ventajas y desventajas del link dinámico en entornos de producción reales.

- Fundamentos de la post-producción del video y creación de Matte Paintings (generación de entornos virtuales multicapa).
- Introducción a los keyframes de After Effects.
- Composición fondos para piezas publicitarias reales de emisión.
- Traqueo básico de entornos en After Effects.
- Trabajo con precomposiciones y la necesidad y conveniencia de éstas.
- Integración de Chroma Keys reales de emisión bajo Keylight.
- Estudio de los diferentes métodos de incrustación, así como de los diferentes tipos de mattes.
- Traqueo avanzado de cámara con Camera Tracker y/o Boujou.
- Flujo de trabajo con trakeos 3D en entornos 2D: capas 3D.
- Composición avanzada y generación de fondos multicapa.
- Composición avanzada multicapa de VFX 2D, integración FX (explosiones, disparos, cambios cartelerías...).
- Profundización en el sistema de keyframes de After Effects: interpolados y splines.
- Flujos de trabajo y comprensión de las máscaras y la rotoscopia con material de producciones reales.
- Plugins: Qué son y tipología.
- Módulos de salida del After Effects, el "render".
- Exportación integrada en entornos de producción reales.

Motion desing 2D en After Effects

- Qué es el Motion Desing. Introducción al Motion graphics complejo en 2D.
- Teoría de la composición de imagen, la "Regla de Oro" y la "Sección Aurea".
- Teoría y Psicología del Color.
- Diferencias entre imágenes vectoriales e imágenes rasterizadas: ventajas del vector.
- Animación avanzada de mediante keyframes: el editor gráfico y las curvas polimodales.
- Flujos de trabajo con la herramienta de texto sus efectos intrínsecos así que de las herramientas de formas vectoriales y sus amplias posibilidades.
- Conceptualización del motion Desing: el Story Board.
- Por qué es necesario tener las ideas claras.
- Link Dinámico entra After Effects y Adobe Illustrator y Photoshop.
- Importación de logos vectoriales e imágenes multicapa.
- La precomposición como herramienta principal del animador: La animación dentro de la animación.
- Principales herramientas y plugins 2D.
- Desarrollo exclusivo de un proyecto de Motion Graphics 2D desde 0, de su conceptualización, su

PROGRAMA (CONTINUACIÓN)

desarrollo (búsqueda, recopilación y generación de recursos), su ejecución completa y su masterización final, incluida la sonorización.

Motion desing 3D en After Effects

- Profundización en el sistema 3D de After Effects. (Cámaras, luces, visores).
- Particularidades, complejidades y ventajas del espacio tridimensional en After Effects.
- Capas 3D: Propiedades.
- La cámara en el espacio tridimensional.
- Creación y configuración de luces.
- Modos de visualización del espacio 3D.
- Uso avanzado de plugins en After Effects en entornos 3D: VideoCopilot Element 3D (para la carga y renderizado de objetos 3D reales en After Effects), VideoCopilot Optical Flares (para la generación de Flares realistas en 3D), la suite de Red Giant: Especial énfasis en el uso en profundidad de todos los efectos de partículas: el PARTICULAR 2.2, el FORM 2.1 y el MIR 1.0, además de aprender a manejar todos los demás efectos de la suite: 3D Stroke, Shine, Echospace, Lux, Horizon y Starglow.
- Matte Paintings avanzados: Integración de elementos 3D.
- Flujos de trabajo con elementos 3D en entornos 2D.
- Correcciones de color avanzada con Red Giant Looks y colorista.

INTRODUCCIÓN A CINEMA 4D R18

Introducción a la nueva versión del Cinema 4D R18

- Interfaz básica cinema 4D, comprensión y navegación de ésta y configuración de inicial de proyectos (fps, escala global).
- Comprensión de las herramientas de modelado básico de primitivos, splines, herramientas básicas de transformación y generadores de volumen.
- Prácticas de modelado de elementos básicos (tazas, bolígrafos, bombillas...).
- Carga de imágenes de referencia en las diferentes vistas para su modelado.
- Creación de materiales básicos cinema 4D.
- Definición "shader", texturado procedural básico.
- Trabajo con imágenes con alfa.
- Jerarquías objetos e introducción a las etiquetas del panel de objetos.
- Prácticas. Render básico, configuración.
- Modelado y texturado enfocado al Motion Graphics.
- Modelado de logo con primitivas y splines.
- Herramienta texto.
- Introducción a la iluminación, luces principales, cielo físico e iluminación hdri (y comprensión ésta).
- Trabajo y manipulación cámaras, comprensión del "timeline" y de la generación de keyframes.

- Introducción al render físico y la iluminación global.
- Introducción al Mograph en cinema 4D, el sistema de Motion Graphics 3D por excelencia.
- Clonadores. ¿qué es una instancia?.
- Introducción a los efectos de manipulación espacial mograph.
- Hacer editable un primitivo.
- Herramientas básicas de selección y modelado: Extrusiones, biseles, subdivisiones y nurbs.
- Simetrías, conectores, boleanos y deformadores.
- Modelado y texturado de un teléfono móvil.
- El video como textura.
- Animación teléfono móvil.
- CINEWARE, interacción con after effects (Dynamic Link). Render Multipase.

MARKETING DIGITAL

Módulo I – Introducción al Marketing Digital

1. Marketing Digital

- ¿Qué es el Marketing?• Espacio de color.
- 10 cambios del Marketing Digital.
- Internet y la nueva era del marketing digital Web 2.0.
- Nuevos enfoques
- Campañas 2.0.
- Marketing Viral.

2. 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.
- Teletrabajo.

3. Atrayendo clientes en la Era Digital

- Cambios en las reglas de juego.
- Momento cero de la verdad.
- Encontrar el público objetivo.
- Matriz de toma de decisiones.

4. Marketing de contenidos

- Realidad actual. Contenido es el Rey.
- Definición de Marketing de Contenidos.
- Tendencias en el Marketing Contenidos.
- Nuevas maneras de enfocar el contenido para que sea atractivo al público.
- Cada contenido es un arma de doble filo. Todo en la nube se queda almacenado.
- La importancia de una estrategia de contenidos.
- ¿Cómo generar contenido viral y atractivo?

5. Community Manager

- Perfil, funciones, tareas, rol en la organización.
- El horario del Community: 24/7 365 días al año.
- Influencia (marca personal).
- Proliferación de Freelance en el mundo del Community Manager.

PROGRAMA (CONTINUACIÓN)

Módulo II – Planificación Estratégica online

1. Estrategia de marketing online

- Análisis de la situación actual de la empresa.
- Las 5 Fuerzas de Porter.
- Análisis de las 4 P.
- Análisis D.A.F.O enfocado a 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.

2. Redacción de contenidos digitales y 2.0

- Comunicación y gestión de la conversación.
- Transmitir mensajes de forma eficaz y atractiva.
- Saber escuchar-saber responder.
- Correcta formulación de preguntas.
- El impacto visual.
- Gestión de mensajes dañinos.

3. Campaña de e-mail marketing

- Ventajas y desventajas del e-mail marketing. • 10 cambios del Marketing Digital.
- 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.

4. Social Media Plan

- Análisis de la situación actual.
- Análisis de la competencia.
- 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.

Módulo III – Gestión de Social Media

1. Introducción

- ¿Qué es la web 2.0?
- ¿Qué es una red social?
- El Boom de las redes sociales.
- Porqué debe estar mi empresa en redes sociales.
- Nueva relación marca/cliente.
- ¿Qué se puede compartir en una red social?

- Las redes sociales como fuente de empleo.

2. Facebook

- Historia.
- Facebook en datos.
- Usuarios a nivel mundial.
- Hábitos diarios.
- Plataforma.
- Economía/Bolsa.
- En España.
- Facebook para empresas.
- Casos de éxito y acciones que han impactado la manera de utilizar esta red social.
- Proceso para crear una cuenta de empresa (Práctica).
- Estrategias de Community Management: Labores, responsabilidad y posibilidades.
- Analítica y promoción a través de esta red social.

3. Twitter

- Usos de Twitter por parte de las marcas.
- Twitter como herramienta de Micro Blogging.
- Datos históricos de los usos de Twitter.
- Hashtag: creación, seguimiento y usos.
- Valor agregado y reputación de las marcas.
- Crisis y gestión.
- Perfiles personales: qué comunicar y qué aspectos tener en cuenta para alcanzar seguidores.
- Generación de contenido: escritura web, uso estratégico de hashtags.
- Creación de campañas y participación.
- Estrategia online.
- Métodos alternativos - Caso Pay whit a tweet.

4. Youtube y Vimeo - Sustituyendo a la televisión

- Creación de una cuenta de Youtube y Vimeo.
- Usos y casos de éxito.
- Creación de canales y listas de reproducción: posibilidades.
- Medición y nuevas métricas de YouTube y Vimeo.
- Penetración de estas redes sociales en la manera de hacer producciones audiovisuales.
- El fenómeno de los Blog's.

5. Instagram

- Historia.
- Usuarios a nivel mundial.
- Hábitos diarios.
- Funciones de la red social.
- Creación de cuenta y manejo.
- Entendimiento de los #Hashtag (Introducción a sus usos e importancia).
- La fotografía como medio de expresión y evolución del micro blogging.
- Campañas de éxito y usos por parte de las empresas.
- Puesta en marcha y posibilidades de la red.
- Guía para triunfar en Instagram.
- Proceso de crear una cuenta de Instagram (Práctica).

PROGRAMA (CONTINUACIÓN)

6. Pinterest

- Historia.
- Usuarios a nivel mundial.
- Hábitos diarios.
- Funciones de la red social.
- Creación de cuenta y manejo.
- Campañas de éxito y usos por parte de las empresas.
- Proceso de crear una cuenta de Pinterest (Práctica).
- Facebook para empresas.
- Casos de éxito y acciones que han impactado la manera de utilizar esta red social.
- Proceso para crear una cuenta de empresa (Práctica).
- Puesta en marcha y posibilidades de la red.

7. 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.
- Actualidad en cualquiera que sea el campo profesional de la persona.

8. Foursquare

- Usos de la red social.
- Herramienta de geo-localización para las empresas.
- Posibilidades de la red.
- Funciones de la red social.
- Uso profesional y personal.
- Puesta en marcha de perfiles.

9. Google+

- Historia.
- La red social de Google.
- Usuarios a nivel mundial.
- Hábitos diarios.
- Funciones de la red social.
- Creación de cuenta y manejo (Práctica).
- Puesta en marcha y posibilidades de la red.

10. Blogs

- Usos del blog.
- Tipos de plataformas (Wordpress, tumblr, blogger).
- Posibilidades con los blogs.
- Uso de palabras claves y posicionamiento web.
- Lenguaje y recursos a incluir en una publicación.
- Link building.
- Blog como herramienta personal.
- Consejos para generar contenidos en Blog's.

Módulo IV – Marketing en buscadores: SEO y SEM

1. SEO

- Introducción al Marketing en buscadores.
- Usabilidad y accesibilidad web.
- Social Media Optimization.
- Definición de palabras clave.
- Paso a paso para una correcta Indexación en Google.
- SEO On-Page. Optimización de contenidos.
- Instalación de pluggins especializados en SEO.
- Top extensiones de navegación para SEO.
- SEO Off-Page: Optimización externa.
- Construcción natural de enlaces.
- 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.
- Optimización de entradas a Blog's a nivel de SEO.
- Optimización de imágenes para SEO.
- ¿Cómo diseñar una Landing Page atractiva?

2. SEM

- Introducción a la Analítica web - Google Analytics.
- Introducción a la publicidad en Facebook.
- Introducción a Instagram Ads.
- Estrategia de publicación de anuncios.
- Conversiones y análisis de rentabilidad.
- Casos de éxito.
- Caso práctico: Planificación y desarrollo de estrategia SEM.
- Preparación del examen de certificación de Google Adwords.

Módulo V – Analítica web

Contenidos

- Introducción a Google Analytics.
- Utilización de herramientas externas a Google Analytics - SEM Rush, Screaming Frog SEO Spider, MOZ.
- Introducción a Google Search Console.
- Introducción a Google Speed Insight's.
- Preparación del examen de certificación de Google Analytics.

Módulo VI – Mobile Marketing

Contenidos

- Historia de las nuevas tecnologías.
- Las tecnologías de la movilidad.
- Qué es el Mobile marketing Push & Pull.
- Introducción al marketing y publicidad orientada a dispositivos móviles.
- Marketing de proximidad y geolocalización.

PROGRAMA (CONTINUACIÓN)

- Internet en el móvil.
- Display móvil.
- Google y los móviles.
- Historia de las aplicaciones en el móvil.
- Introducción a las Apps.
- Publicidad en juegos móviles.
- Introducción al bridge.
- Crear App's sin código.
- Realidad aumentada.
- Mobile Commerce.
- Mobile Payments.

Módulo VII – Técnicas y Herramientas para Community Managers

1. Creatividad Aplicada y Presentación Efectiva

- Creatividad in nitas: los mapas mentales.
- Productividad creativa: El poder del volumen y la velocidad - Flexibilidad creativa y originalidad.
- Escritura creativa.
- ¿Cómo hacer una presentación impactante?
- Control del tono de voz: dicción, pronunciación y ritmo.
- Saber apelar a las emociones.
- Conocer e interpretar a la audiencia.
- Herramientas para presentaciones (Prezi).
- Elevator Pich.

2. Marketing, Publicidad e Internet

- Amor y odio: las emociones en la publicidad.
- ¿Restricciones en la publicidad? Marketing de Guerrilla.
- Publicidad en los medios 2.0.
- Cómo crear para el medio exterior en el marco de las nuevas tecnologías.
- Creatividad en los medios (casos de éxito).
- Viendo y aprendiendo de la publicidad en Internet.
- Tendencias para el 2015 del diseño web.

3. Herramientas para la Gestión de Social Media

- Hootsuite y Bitly.
- Pearltrees.
- Slide Share.
- Klout, Hashtracking.
- Google Trend's, Monkey Pic's.