



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 EN DISEÑO WEB & MARKETING DIGITAL

OBJETIVOS

En el Máster en Diseño Web y Marketing Digital los estudiantes reciben una amplia serie de conocimientos y herramientas del mundo de la web y el marketing de gran utilidad que le permitirán, durante su carrera laboral, la elaboración, planificación y puesta en marcha de ecosistemas web de alto rendimiento y de gran contenido tanto estético como funcional.

Abordaremos los principales lenguajes de programación en sus últimas versiones donde incluiremos CSS3, HTML5 y, también, el desarrollo e implementación del contenido multimedia en entornos online como los son el sonido y el vídeo. Asimismo, este Máster dedica un periodo de tiempo dedicado al diseño Responsive que, como ya sabes, consiste en diseñar o adaptar una página para que pueda ser accedida desde cualquier dispositivo -móviles, tablets...-. Por último, en lo que al módulo de Diseño Web se refiere, aprenderás la inserción y aplicación de código Javascript y JQuery con ejemplos reales.

Pero este Máster no acaba aquí, también abarca las técnicas más importantes del Marketing Digital pues, ¿de qué sirve saber preparar una página web atractiva y con una usabilidad impecable si no sabemos difundirla correctamente por la web? En el módulo de Marketing Online de este Máster en Diseño Web y Marketing Digital, se impartirán en profundidad las principales técnicas y un sin fin de herramientas para trabajar las estrategias de Marketing Digital. Prestaremos especial atención al desarrollo de comunidades o social media y también en el posicionamiento orgánico (SEO), el marketing de pago por click (SEM) y la Analítica Web.

CONTENIDOS

Editor de texto especializado en Web: **Dreamweaver / Sublime / Komodo Edit / Notepad ++ / Brackets.**

HTML5 / CSS3.

Responsive Design: **Bootstrap.**

JavaScript / jQuery avanzado.

Posicionamiento web: **SEO. Accesibilidad y usabilidad.**

El **IDOM.**

Introducción a lenguajes de servidor (**PHP y MySQL**).

Validación y efectos: **JavaScript + JQUERY.**

Introducción al Marketing Digital.

Gestión de **Social Media.**

Planificación de estrategias Online.

Técnicas y herramientas para **Community Manager.**

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

DURACIÓN

360 H. TOTAL

280 HORAS

Presenciales

Lunes a Viernes

80 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 WEB

- Principios básicos del Diseño Web.
- Principios de Usabilidad.
- Principios de Accesibilidad.
- Creación y optimización de imágenes para web.
- Piezas básicas publicitarias: banners, redes sociales.

HTML5 + CSS3: estándares web

- Introducción a web: navegadores, motor de navegaciones, sistema operativos.
- Preparación del entorno para el desarrollo.
- HTML: versiones y diferencias.
- Etiquetas y atributos.
- Semántica de las etiquetas.
- Uso de las etiquetas.
- DOCTYPE y Codificación de caracteres (Charset).
- Head y Title.
- Párrafos.
- Imágenes.
- Tablas.
- Enlaces: hipervínculos y anclas.
- Listas: ordenadas, desordenadas y de definiciones.
- Etiquetas meta.
- Uso de iFrames.
- Formularios.
- Rutas y direcciones: relativas y absolutas.
- Propiedades CSS.
- Enlazar CSS.
- Selectores CSS.
- Pseudoselectores y pseudoelementos.
- Vídeo en HTML5.
- Audio en HTML5.

Responsive Design (diseño web adaptable a tablet/móvil)

- Uso de media queries.
- Responsive design con Bootstrap

Edición Web

- Creación: Editor de Texto + Navegador.
- Complementos y herramientas útiles para la edición web.
- Estructuración de un Sitio Web.
- Uso avanzado de nuestro entorno de desarrollo.
- Conexión a un servidor remoto y sincronización.

- Gestión de Archivos mediante FTP.
- Servidores y registro de dominios.

Desarrollo de Front-End (Javascript y jQuery)

- Introducción a JavaScript y jQuery.
- Conceptos básicos para el uso de plug-ins jQuery.
- Creación de ejemplos prácticos: despleables, galerías, sliders.
- Introducción a CMS: Wordpress.

Desarrollo de Back-End

- Introducción a Servidores.
- Introducción a lenguajes de servidor (PHP y MySQL).

Posicionamiento Web: SEO

- Entendiendo de los motores de búsqueda.
- Usabilidad web.
- Introducción al SEO On Page.
- Marketing web.

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.

PROGRAMA (CONTINUACIÓN)

- ¿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.

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 estratégicos 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.

PROGRAMA (CONTINUACIÓN)

- 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).

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.

PROGRAMA (CONTINUACIÓN)

- Qué es el Mobile marketing Push & Pull.
- Introducción al marketing y publicidad orientada a dispositivos móviles.
- Marketing de proximidad y geolocalización.
- 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 entre el mundo físico y virtual.
- 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.