

MÁSTER AVANZADO EN

**DISEÑO,
CONCEPTUALIZACIÓN
Y MARKETING DIGITAL**



540 H. (9 MESES)

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

OBJE- TIVOS

Aprende a diseñar páginas webs útiles para los usuarios, que sigan criterios de usabilidad, que transmitan la mejor experiencia a tus usuarios, guiadas por una adecuada estrategia digital y que estén optimizadas para que posicionen en las primeras posiciones de Google con el *Máster Avanzado de Diseño, Conceptualización y Marketing Digital*. Este máster está dirigido a construir un perfil de diseñador web polivalente que se adapte a los requerimientos del mercado laboral actual con la incorporación de los conocimientos de UX/UI y marketing digital (muy útiles y, por ello, muy demandados en el sector hoy en día).

El programa académico de este Máster Avanzado está compuesto por tres módulos:

El primer módulo de este máster avanzado se centra en aprender uno de los sistemas de gestión de contenidos (CMS) más populares en la actualidad: WordPress. Aprenderás a diseñar y desarrollar cualquier tipo de página web, desde un portfolio o un blog hasta la creación de una tienda virtual (*e-commerce*) y todo ello de una forma fácil e intuitiva. No le des más importancia al tópico de las plantillas, en este módulo te enseñaremos que Wordpress es mucho más que eso y podrás desarrollar cualquier web partiendo de cero, desde un tema en blanco.

Durante el módulo de diseño de experiencia de usuario e interfaces (UX/UI) abordaremos la conceptualización web, desde el prisma del consumidor o cliente final, para lograr el mejor diseño de interfaces (UI) y experiencia de usuario (UX). Aprenderás a crear webs útiles empezando por la fase del prototipado, pasando por la arquitectura de información y llegando al uso de interacciones modernas, adecuado equilibrio entre funcionalidad y estética, etc.

Por último, en el módulo de Marketing Digital aprenderás a definir la estrategia de marketing que haga crecer tu proyecto. Partiendo de una reflexión de cómo está evolucionando el marketing digital en la actualidad llegarás a aprender a elegir una estrategia digital adecuada, gestionar las redes sociales como un *community manager* profesional, mejorar el posicionamiento web orgánico de tu web (SEO), hacer publicidad en medios digitales a través de SEM, Instagram ads, Facebook ads... o medir el rendimiento de una web mediante analítica web.

INFOR- MACIÓN

Diseño web con WordPress
Conceptualización web y Sketch
Cotización y planificación web
Desarrollo web y optimización en WordPress
Fundamentos UX/UI
User Research
Diseño de interfaces (Figma, Adobe XD)
Prototipado
Introducción al Marketing Digital
Planificación Estratégica *Online*
Gestión de *Social Media*
Marketing en buscadores: SEO y SEM
Analítica Web

DURACIÓN

540 H. Total

Presencial u *Online*

420 H. de Clases

Lunes a jueves
(+algún viernes)

120 H. Proyectos finales

HORARIOS

MAÑANAS

09.00 - 12.00 H.
12.00 - 15.00 H.

TARDES

16.00 - 19.00 H.
19.00 - 22.00 H.

PRECIO

4.450 €

Consulta ofertas y
promociones actua-
les en

info@cei.es
www.cei.es

OFI- CIAL



AUTHORIZED
Training Center

Nuestra escuela es uno de los cinco centros **Adobe Authorized Training Center** de España. Este hecho demuestra que **CEI** ha cumplido con todas las exigencias que solicita **Adobe** y, asimismo, constituye una garantía de calidad para todos nuestros alumnos.



Authorized
Training Center

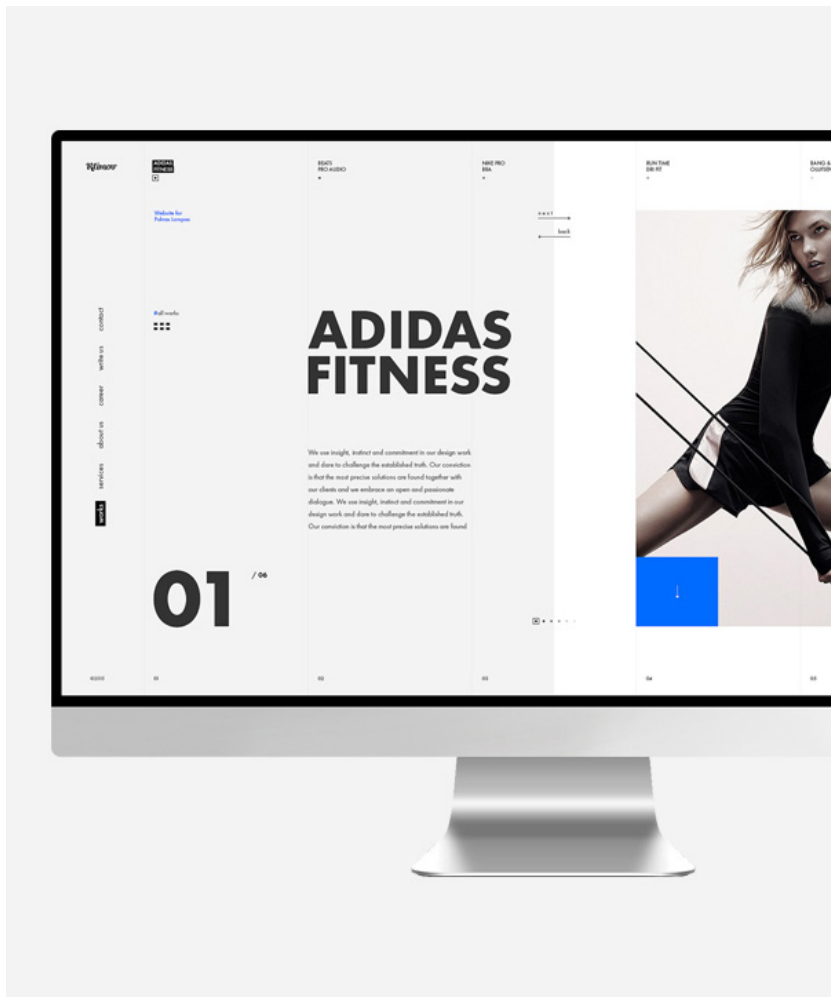
CEI es un **Centro de Formación Autorizado por Apple**. Por ello, nuestros alumnos podrán obtener la certificación profesional de **Apple** e impulsar su carrera en tecnologías del diseño y de la información, entornos empresariales y mercados B2B.



IBM confía en nosotros y por ello nos ha otorgado la insignia **IBM Education Partner**. Este sello premia a centros de enseñanza que mantienen y fomentan una formación de calidad.



Nuestra escuela se consolida como Centro de Formación de referencia de **Maxon** en España y nos convertimos en la 1ª escuela de Europa en ser **Maxon Training Provider for R18**.



MÓDULO

DISEÑO WEB CON WORDPRESS

01- DISEÑO WEB CON WORDPRESS. DESDE LA CONCEPTUALIZACIÓN HASTA EL DESARROLLO

Introducción

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

Investigando

- Proceso de investigación
- Técnicas de análisis

Cotizando y planificando

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

Conceptualizando 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* con Sketch
- Prototipado de la web con Invision
- Presentación al cliente y preparación de contenidos

Creando contenidos

- *Copywriting*
- Tipos de contenidos
- La generación de contenidos en WordPress. *Post* y páginas
- Las imágenes. Tipos y tratamiento para web
- LOPD. Instalación y regulación

Desarrollando nuestra web

- 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: Visual Composer y 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 *memberships*
 - 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.

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

Desarrollando nuestra web

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

Desarrollando nuestra web

- Técnicas de mantenimiento de WordPress



MÓDULO

DISEÑO EN EXPERIENCIA DE USUARIO E INTERFACES (UX/UI)

01- INTRODUCCIÓN

- Presentación y objetivos del curso
- Fundamentos en UX/UI
- ¿Qué es UX? ¿Qué es el UI?
- Diferencias y similitudes

02- EL CLIENTE

- *Briefing*
- Datos del negocio
- Toma de requisitos
- Análisis de la competencia

03- UX RESEARCH

- Investigación y análisis
- Mapas de calor
- *Eye Tracking*
- *Card Sorting*
- Test A/B
- Test de usuarios
- *Buyer Persona*
- Evaluación Heurística

04- ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN

- Inventario de Contenidos
- Árbol de contenidos
- Sistemas de organización
- Sistemas de etiquetado
- Sistemas de navegación
- Sistemas de búsqueda
- Formularios

05- METODOLOGÍAS DE DISEÑO

- *Design Thinking*
- *Atomic Design*
- Diagramas de flujo con Whimsical
- *Customer Journey*
- *Card Sorting*

06- MOBILE FIRST, TENDENCIAS, RESPONSIVE DESIGN

07- DISEÑO VERSIÓN WEB

- Psicología del diseño, Leyes Gestalt
- Principios de diseño
- Tipografía
- Colores
- Grid
- *Sketching*
- Sistemas de diseño
- Diseño con Figma
- Prototipado con Figma
- Diseño con Adobe XD
- Prototipado con Adobe XD

08- ANIMACIONES VERSIÓN WEB

- Animación con Figma
- Animación con Adobe Xd

09- DISEÑO DE APPS

- Psicología del diseño, Leyes Gestalt aplicadas a apps
- Principios de diseño en apps
- Investigación de interacciones en apps
- Interacciones móviles
- Medidas de dispositivos *mobile*
- Tipografía en apps
- Colores
- Grid
- *Sketching*
- Sistemas de diseño
- Diseño con Figma
- Prototipado con Figma
- Diseño con Figma
- Prototipado con Figma
- Diseño con Adobe XD
- Prototipado con Adobe XD

10- ANIMACIONES VERSIÓN APP

- Animación con Figma
- Animación con Adobe Xd

11- UX Y SEO

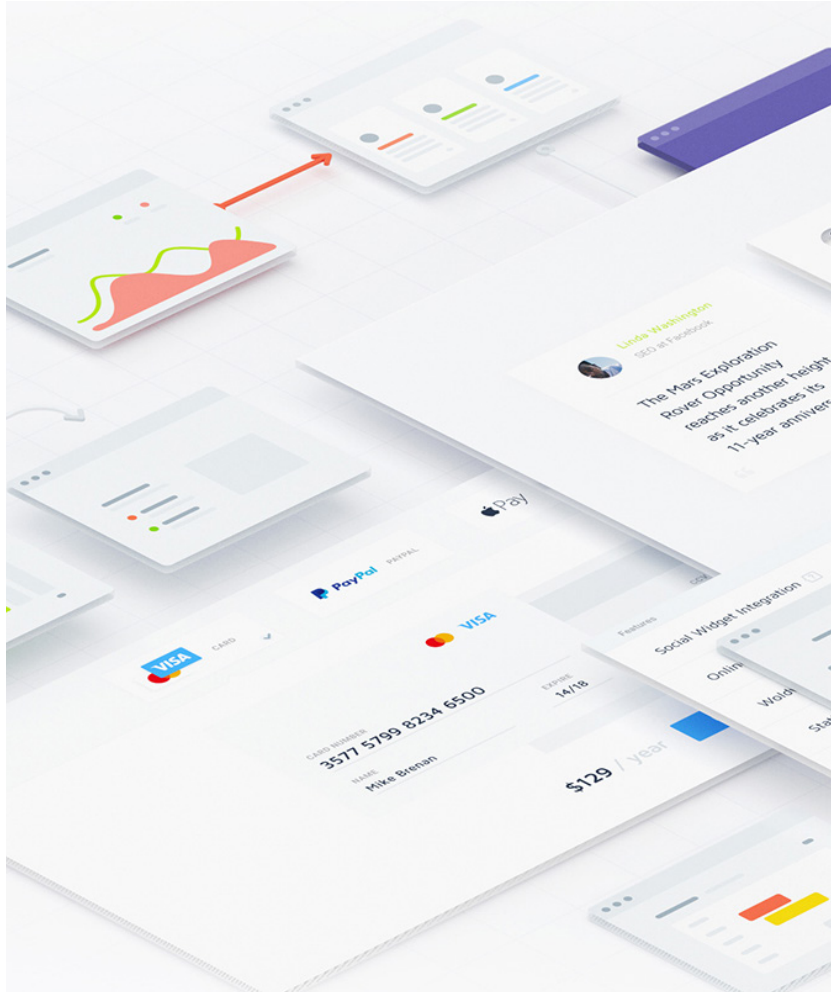
- Similitudes entre UX y SEO
- Factores SEO (web)
- Factores ASO (apps)

12- GESTIÓN DE PROYECTOS

- Elaboración de un presupuesto web: conceptos y partidas
- Planificación de proyectos
- Calendario de entregas y plazos
- Presentación del proyecto
- Software de planificación
- Búsqueda de recursos

13- PORTFOLIO

- Exportación de proyectos
- Publicación de proyectos para rrs
- Presentación de proyectos para web



MÓDULO

MARKETING DIGITAL

01- INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

1.1. 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

1.2. 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
- Modelo *Lean Canvas*

1.3. Atrayendo clientes en la era digital

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

1.4. Marketing de contenidos

- Realidad actual. El contenido es el rey
- Definición de marketing de contenidos
- Tendencias en el marketing de 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?

02- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ONLINE

2.1. 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

2.2. Copywriting | Escribir para vender

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

2.3. 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*

2.4. 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

3.1. 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

3.2. Concursos para Redes Sociales

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

3.3. 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
- Reglas automatizadas
- 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

3.4. 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

3.5. Youtube

- Vídeo Marketing
- Youtube Creator Studio
- Estrategias para Vídeo Marketing
- Principios de producción audiovisual
- Herramientas para Vídeo Marketing
- Youtube Academy
- La nueva figura del *youtuber*
- Youtube y el SEO

- Bancos de imágenes
- Bancos de vídeos

3.6. Instagram

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

3.7. 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
- Red social alternativa para cultivar contenidos llamada Pearltrees

3.8. 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

3.9. 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

3.10. 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

- El blog como herramienta personal
- Consejos para generar contenidos en blogs
- ¿Cómo diseñar una *landing page* atractiva?

3.11. E-Commerce

- Introducción al *E-Commerce*
- Prestashop y Woocommerce
- CRO (Optimización de la tasa de conversión)

04- MARKETING EN BUSCADORES: SEO y SEM

4.1. SEO

- Introducción al Marketing en buscadores
- Usabilidad y accesibilidad web
- Indexación en Google Search Console (*Mobile First Indexing*)
- AMP
- 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, Ubersuggest, 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, SEO Quake, 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

4.2. 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
- Google Merchant Center

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 y Test A/B
- Creación de públicos personalizados
- Listas de remarketing
- Segmentos personalizados
- *Dashboards* Personalizados
- Introducción a Google Data Studio

06- ÚLTIMOS DÍAS DEL MÓDULO

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