

# MÁSTER EN DISEÑO, POSICIONAMIENTO Y ANALÍTICA WEB

---

## TITULACIÓN UNIVERSITARIA

**60 ECTS** (7 meses)

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

**CEI.**  

---

**ESCUELA DE DISEÑO**

+

**M** **udima**  
UNIVERSIDAD A DISTANCIA  
DE MADRID

# OBJE- TIVOS

En el Máster de Diseño, Posicionamiento y Analítica Web los alumnos conocerán las técnicas más importantes del marketing digital a la vez que la importancia que tiene para cualquier profesional del sector la interrelación de las herramientas que aprenderán en los dos módulos que componen este máster: Marketing Digital y Wordpress.

Ademas de todo esto, el alumno aprenderá a difundir o plasmar sus ideas a través del módulo de WordPress que contiene este máster. WordPress es usado, hoy en día, por más del 25% 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*.

# INFOR- MACIÓN

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 y Sketch

Cotización y planificación web

Desarrollo web y optimización en WordPress  
**(22,5 ECTS)**

Trabajo de fin de Máster **(15 ECTS)**

## DURACIÓN

---

**60 ECTS**

Presencial u *Online*

Madrid - Sevilla

Lunes a jueves  
(+algún viernes)

2 Exámenes  
2 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

---

**3.800 €**

Consulta ofertas y  
promociones actua-  
les en

[info@cei.es](mailto:info@cei.es)  
[www.cei.es](http://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

---

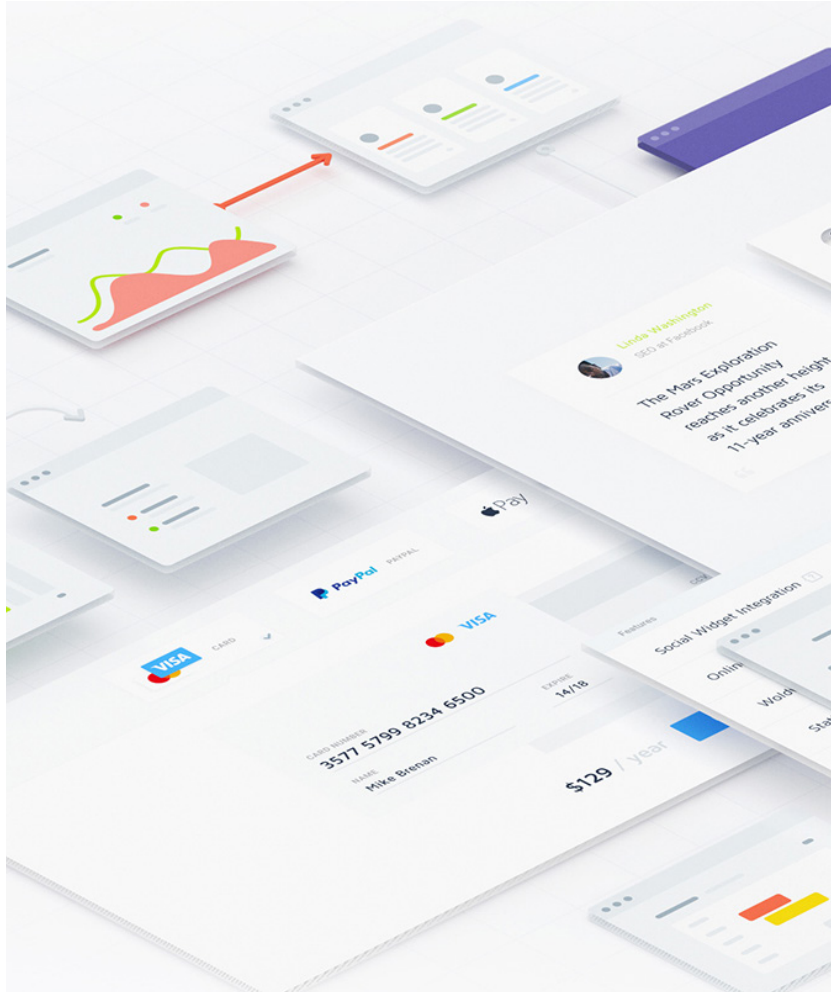
CEI es un Centro de Formación Autorizado por Apple. Por ello, nuestros alumnos podrán obtener la certificación profesional de Apple e impulsar su carrera en tecnologías del diseño y de la información, entornos empresariales y mercados B2B.



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

# MARKETING DIGITAL

## 01- INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL (22,5 ECTS)

### 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 conversión
- 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, Coova, Chirby

### 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 *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?

### 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

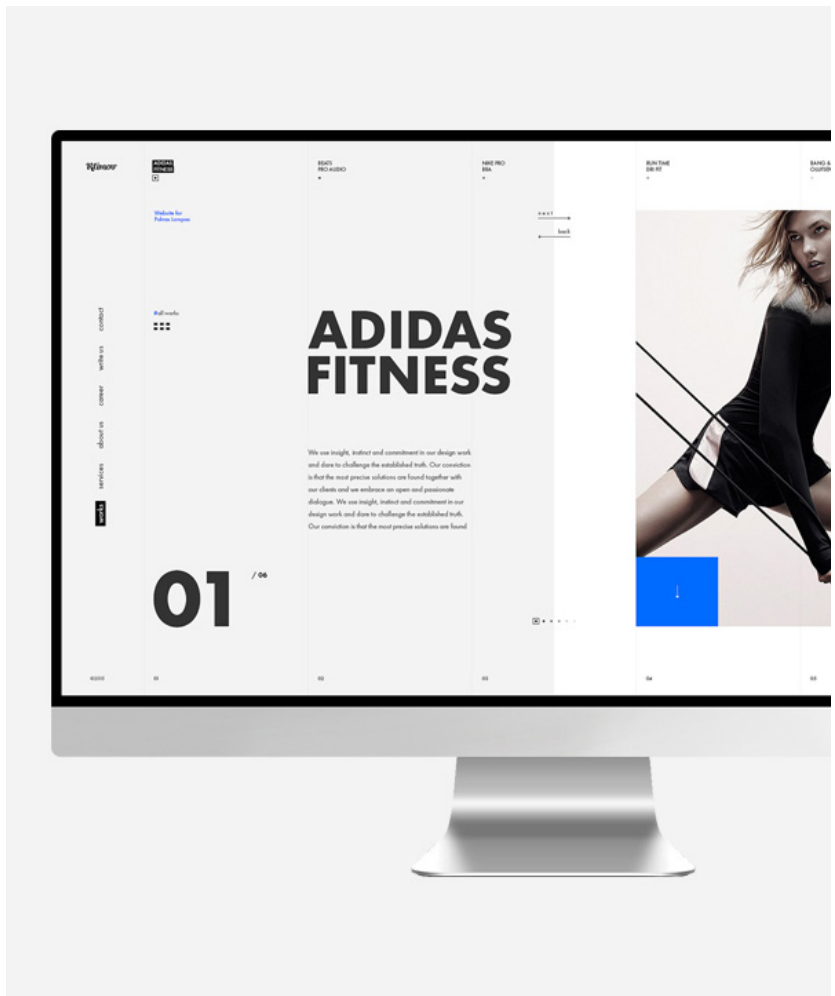
## 05- ANALÍTICA WEB

- 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





MÓDULO

# DISEÑO WEB CON WORDPRESS

# 01- DISEÑO WEB CON WORDPRESS. DESDE LA CONCEPTUALIZACIÓN HASTA EL DESARROLLO (22,5 ECTS)

## 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

# 00- TRABAJO DE FIN DE MÁSTER (15 ECTS)