

WANDERLUST® MÁSTER

DOBLE TITULACIÓN UNIVERSITARIA (5-6 meses)

MÁSTER EN **DISEÑO GRÁFICO**

60 ECTS

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

60 ECTS

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

+

Mudima
U UNIVERSIDAD A DISTANCIA
DE MADRID

OBJE- TIVOS

Wanderlust Master® es una iniciativa educativa que permite a los jóvenes de todo el mundo estudiar un máster mientras viajan, exprimiendo al máximo su aprendizaje y juventud.

Un proyecto que añade a la formación clásica otras formas de aprender igualmente necesarias: aventura y contraste cultural organizadas para que pivoten o giren alrededor del aprendizaje por parte de los alumnos de una serie de materias concretas, de base tecnológica.

En el Máster en Diseño Gráfico de CEI y la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) el alumno aprenderá diseño publicitario, tratamiento digital de imágenes, diseño editorial y los fundamentos teóricos más importantes en el diseño y desarrollo de cualquier proceso creativo o publicitario. Por un lado, durante el módulo de diseño gráfico, se profundiza en las herramientas que nos permiten hacer eficazmente visualizable la información que poseemos, así como su transmisión social, utilizando el mejor y más actual *software* de ilustración y autoedición: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop y Adobe InDesign.

En una segunda fase, durante el módulo de Producción Gráfica y Creatividad se pretende que el alumno aprenda las habilidades necesarias para programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de proyectos u objetos destinados a la comunicación visual, la producción gráfica y la publicidad, estructurado en tres partes: Producción Gráfica, Creatividad aplicada al Diseño y un Proyecto basado en proyectos reales de la industria gráfica.

En el Máster en Diseño, Posicionamiento y Analítica Web de CEI y UDIMA 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.

Además 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

Máster Universitario en Diseño Gráfico (60 ECTS)

Adobe Illustrator (9 ECTS)

Adobe Photoshop (9 ECTS)

Adobe InDesign (7 ECTS)

Producción gráfica (10 ECTS)

Creatividad aplicada al diseño (10 ECTS)

Proyectos de fin de Máster (15 ECTS)

Máster Universitarios en Diseño, Posicionamiento y Analítica Web (60 ECTS)

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)

Proyectos de fin de Máster (15 ECTS)

DURACIÓN

120 ECTS

4 Exámenes

4 Proyectos finales

HORARIOS

6 horas lectivas
de lunes a viernes

PRECIO

16.800 €

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.

MÁSTER DE
DISEÑO GRÁFICO

TITULACIÓN UNIVERSITARIA
60 ECTS





MÓDULO

DISEÑO GRÁFICO (ADOBE TOOLS)

01 - ADOBE ILLUSTRATOR (9 ECTS)

- Modos y perfiles de color
- Espacio de trabajo
- Formas básicas
- Herramientas de Selección
- Muestras/Color/Degradado
- Trazos/Rellenos
- Panel Apariencia
- Mesas de trabajo
- Capas
- Transformaciones
- Alinear
- Buscatrazos
- La pluma
- El lápiz
- Pinceles
- Texto
- Borrador/Tijeras/Cuchilla
- Expandir
- Pintura interactiva
- Motivos, patrones
- Símbolos
- Insertar imágenes
- Calco interactivo
- Cuadrículas de perspectiva
- Transparencia
- Máscara de recorte
- Mallas de degradado
- Efectos
- Efecto 3D
- Texto
- Impresión y salida

02 - ADOBE PHOTOSHOP (9 ECTS)

- Modos de color
- Espacios de trabajo
- El píxel
- Capas
- Formas básicas
- Herramientas de selección
- Bote de pintura
- Degradados
- Transformaciones
- Objeto inteligente
- Fusiones
- Pinceles
- Cuantaotas

- El lápiz
- Tapón de clonar
- Parches
- Herramientas de retoque fotográfico
- La pluma
- Máscaras de recorte
- Máscaras de capa
- Efectos
- Canales
- Ajustes de imagen
- Capas de ajustes
- Filtros
- Impresión y salida

03 - ADOBE INDESIGN (7 ECTS)

- Documento/Libro/Biblioteca
- Páginas y pliegos
- Espacio de trabajo
- Márgenes y columnas
- Reglas
- Guías y cuadrículas (retícula)
- Las muestras
- Herramientas de creación
- Objetos (contenedores)
- Capas
- Transformación
- Alineaciones
- Efectos
- Panel Vínculos
- Encajes
- Página maestra
- Tipografía
- Opciones de carácter
- Opciones de párrafo
- Trabajo con estilos
- Composición
- Paginado automático
- Elementos interactivos
- Impresión y salida



MÓDULO

PRODUCCIÓN GRÁFICA Y CREATIVIDAD

01- PRODUCCIÓN GRÁFICA (10 ECTS)

- Introducción
- ¿Qué es el diseño?
- Definición de “proyecto gráfico”
- Los procesos de producción gráfica
- Historia del diseño
- Lenguaje visual
- Elementos del diseño
- Composición
- El color (la naturaleza del color, psicología del color, modos de color)
- La imagen digital
- Formatos (PDF, PDF.X, TIFF, EPS, GIF, PNG, JPEG)
- Tipos de impresión
- Acabados y ejemplos
- Diseño para gran formato

02- CREATIVIDAD APLICADA AL DISEÑO (10 ECTS)

- Introducción
- Comunicación visual (transmitir a través de una imagen)
- Conceptos de creatividad y actitud creativa
- El proceso creativo en el entorno del diseño gráfico
- Procesos creativos (*brainstorming, moodboards, etc.*)
- Tipografías (clasificación y combinaciones tipográficas)
- Tipografía aplicada al diseño (*Truetype, Opentype*)
- Estrategías de marca, manual de identidad, aplicaciones, papelería corporativa, etc.
- Identidad corporativa (proceso de creación de una marca)
- Métodos de búsqueda de ideas (Pinterest, Domestika, Behance, etc.)
- Teoría básica de *packaging*
- El color en el *packaging* (ejemplos)
- Ejercicio creativo (representación de uno mismo a través de una letra)
- Teoría básica de maquetación
- Tipos de papeles, acabados, gramajes, tintas especiales, troquelados, etc. (ejemplos)
- Tutorización del proyecto final

00- TRABAJO DE FIN DE MÁSTER (15 ECTS)

MÁSTER EN

DISEÑO, POSICIONAMIENTO Y ANALÍTICA WEB

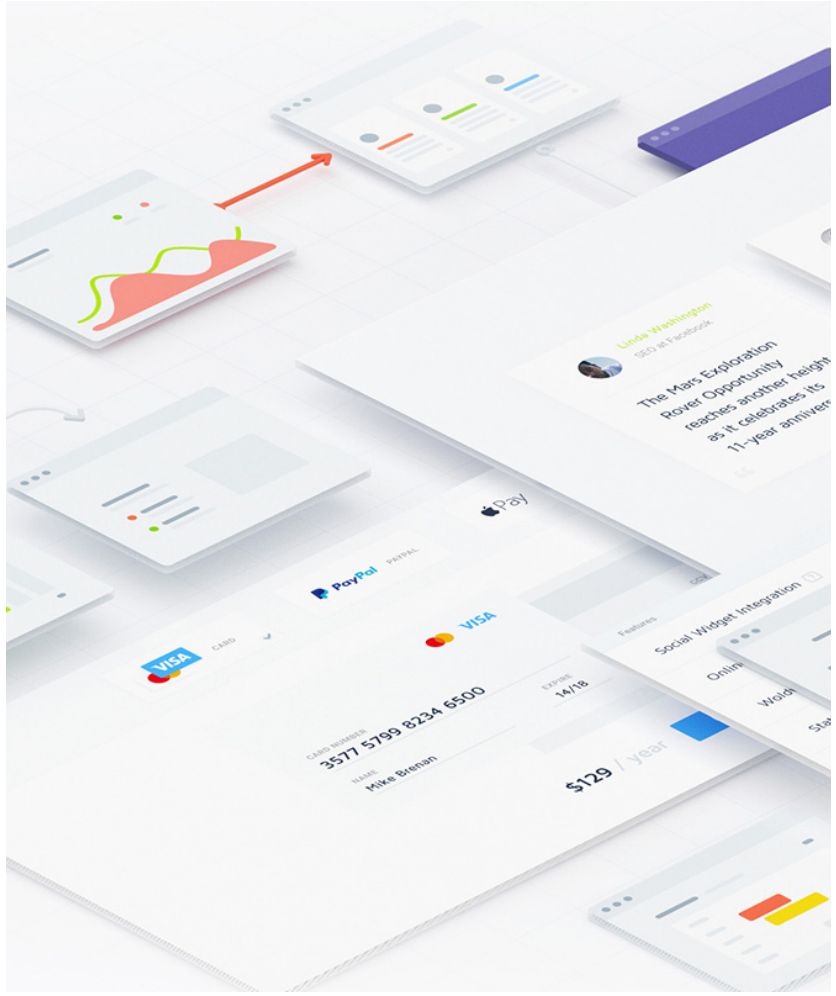
TITULACIÓN UNIVERSITARIA

CEI.

ESCUELA DE DISEÑO

+

M **udima**
UNIVERSIDAD A DISTANCIA
DE MADRID



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 *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?

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

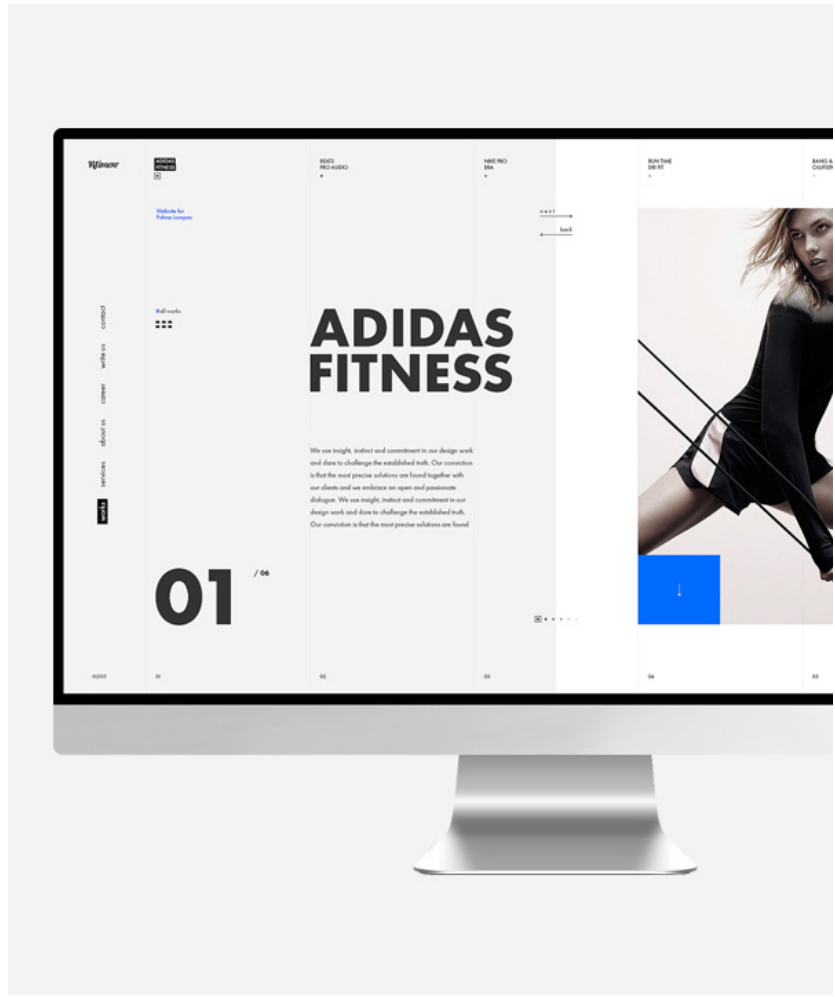
- Google Merchant Center

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)