

MÁSTER AVANZADO EN

DISEÑO MULTIMEDIA 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

Una de las profesiones que mayor auge ha tenido en los últimos años es la de *Community Manager*, pero no podemos entender esta profesión como la de 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, se 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, GIFs, etc.

El mundo de hoy en día se mueve a un ritmo muy rápido e internet ha revolucionado nuestra manera de ver las cosas. Plataformas como Youtube, Instagram o Facebook son medios de gran importancia donde visualizar contenidos en formato de vídeo o imagen y, para muchos internautas, estas plataformas han logrado sustituir satisfactoriamente a la “antiguada” televisión. Es por el nacimiento de este tipo de plataformas y otras páginas web más “estándar” por lo que saber crear, diseñar y editar contenidos audiovisuales ha ganado gran importancia en los últimos años, pues ahora esto es consumido por millones de personas y, por ello, tanto las imágenes como los vídeos se han convertido en la base del marketing de contenidos. Por estas razones, en CEI: Escuela de Diseño hemos decidido conjugar estas tres ramas tan importantes del mundo audiovisual y el marketing digital en un único y completo máster.

Por ello, en CEI: Escuela de diseño hemos decidido conjugar tres ramas de nuestra formación en un Máster Avanzado de Diseño Multimedia y Marketing Digital que, por consiguiente, consta de 3 módulos:

En el módulo de diseño gráfico el alumno adquiere los conocimientos técnicos para dominar a la perfección el tratamiento digital de imágenes, la identidad corporativa (marcas y *branding*), el diseño editorial... con los tres programas imprescindibles de la suite Adobe para el diseño gráfico; Photoshop, Illustrator e InDesign.

Asimismo, gracias al módulo de edición y postproducción de vídeo digital (VFX) y *motion graphics* el alumno será capaz de utilizar todas las herramientas de las que, como profesional del medio audiovisual, se valdrá más adelante en su puesto de trabajo a la hora de editar y postproducir vídeos digitales y realizar *motion graphics* y, por consiguiente, crear sus propios contenidos audiovisuales: Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, Cinema 4D...

Estos conocimientos para el diseño de vídeos e imágenes se ven completados con el módulo de marketing digital, que le permitirá al alumno aportar a sus piezas visuales el contenido o información completos que necesitan a fin de lograr transmitir lo que se desea o conseguir un buen *engagement* (fidelidad o compromiso por parte de los consumidores). Asimismo, el alumno aprenderá cómo hacer visible de forma adecuada su contenido audiovisual mediante la creación de una imagen de marca y/o 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.

INFOR- MACIÓN

Diseño Publicitario: Adobe Illustrator

Tratamiento de la Imagen: Adobe Photoshop

Diseño Editorial: Adobe InDesign

Edición de vídeo: Adobe Premiere Pro

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

Edición de audio: Adobe Audition

Introducción al 3D *motion design*: Cinema 4D R18

Introducción al Marketing Digital

Gestión de *Social Media*

Planificación de estrategias *online*

Técnicas y herramientas para *Community Managers*

Posicionamiento web: SEO y SEM.

Analítica web. Publicidad *online*

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 GRÁFICO (ADOBE TOOLS)

01- ADOBE ILLUSTRATOR

- Modos de color
- Mesas y espacios de trabajo
- Formas básicas
- El color
- Pinceles
- El lápiz
- La 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 de apariencia
- Expandir objetos
- Cuadrículas de perspectiva
- Objetos en 3D
- Impresión y salida

02- ADOBE PHOTOSHOP

- Modos de color
- Espacios de trabajo
- El píxel
- Capas
- Formas básicas
- Herramientas de selección
- El color
- Varita mágica
- Cuentagotas
- Pinceles
- El lápiz
- Tapón de clonar
- La pluma
- Texto
- Tratamiento de las imágenes (ajustes)
- Panel corrector
- Desenfocar
- Sobreexponer/Subexponer
- Objeto inteligente
- Escala

- *Mockups*
- Impresión y salida

03- ADOBE INDESIGN

- Nuevo documento
- Márgenes y columnas
- Página maestra
- Capas
- Columnas
- Guías (retícula)
- El color
- Trazo
- Vínculos
- Texto
- Trabajo con estilos
- Tablas
- Tipos de alineación
- Trabajo con objetos
- Símbolos y caracteres especiales
- Impresión y salida



MÓDULO

VFX- MOTION GRAPHICS

01- INTRODUCCIÓN A LA EDICIÓN DE VÍDEO EN ADOBE PREMIERE

- Presentación del curso, planteamiento de 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 multidisciplinares
- 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 dividida en una breve explicación teórica y uno o dos ejercicios relacionados y de suma importancia

Edición avanzada, narrativa audiovisual y teorías de montaje

- Flujo de trabajo avanzado en Premiere 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 *key-frames*
- 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

02- 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

- *Dinamic link* con Adobe Premiere
- Ventajas y desventajas del *link* dinámico en entornos de producción reales
- Fundamentos de la postproducción del video y creación de *Matte Paintings* (generación de entornos virtuales multicapa)
- Introducción a los *keyframes* de After Effects
- Composición de fondos para piezas publicitarias reales de emisión
- Trackeo 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*
- Trackeo avanzado de cámara con Camera Tracker y/o Boujou
- Flujo de trabajo con trackeos 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 como los de las herramientas de formas vectoriales y sus amplias posibilidades
- Conceptualización del *motion desing*: el *storyboard*

- Por qué es necesario tener las ideas claras
- *Link* dinámico entre 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
- Elaboración exclusiva de un proyecto de *motion graphics* 2D desde cero, de su conceptualización, su desarrollo (búsqueda, recopilación y generación de recursos), su ejecución completa y su masterización final, incluida la sonorización

Motion desing 3D en After Effects

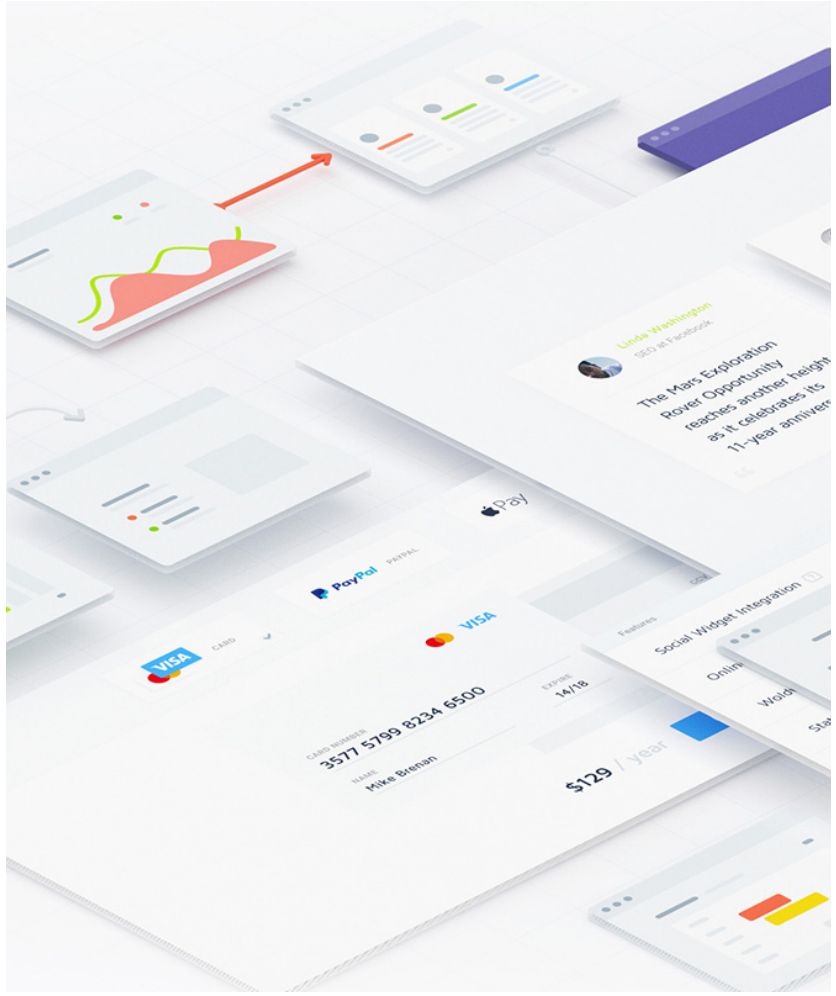
- Profundización en el sistema 3D de After Effects (cámaras, luces, visores)
- Particularidades, complejidades y ventajas del espacio tridimensional en After Effects
- Capas 3D: propiedades
- La cámara en el espacio tridimensional
- Creación y configuración de luces
- Modos de visualización del espacio 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. nfasis en el uso en profundidad de todos los efectos de partículas
- *Matte Paintings* avanzados
- El PARTICULAR 2.2, el FORM 2.1 y el MIR 1.0
- Manejo de todos los demás efectos de la suite: 3D Stroke, Shine, Echospace, Lux, Horizon y Starglow
- Integración de elementos 3D
- Flujos de trabajo con elementos 3D en entornos 2D
- Correcciones de color avanzada con Red Giant Looks y colorista

03- 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 en cinema 4D
- Definición “*shader*”, texturado procedu-
ral 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 de ésta)
- Trabajo y manipulación con 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 (*Dinamic Link*). *Render Multipase*



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 2.0
- Nuevos enfoques
- Campañas 2.0
- 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
- Teletrabajo

1.3. 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

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?

1.5. 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*

02- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ONLINE

2.1. 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

2.2. Redacción de contenidos digitales y 2.0

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

2.3. 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*

2.4. 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

03- GESTIÓN DE SOCIAL MEDIA

3.1. Introducción

- ¿Qué es la web 2.0?
- ¿Qué es una red social?
- El *boom* de las redes sociales

- Por qué 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

3.2. 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

3.3. Twitter

- Usos de Twitter por parte de las marcas
- Twitter como herramienta de *microblogging*
- 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 with a tweet*

3.4. 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 blogs

3.5. Instagram

- Historia
- Usuarios a nivel mundial

- Hábitos diarios
- Funciones de la red social
- Creación de cuenta y manejo
- Comprensión de los *#Hashtag* (introducción a sus usos e importancia)
- La fotografía como medio de expresión y evolución del *microblogging*
- 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)

3.6. 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)
- Pinterest 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

3.7. 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

3.8. 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

3.9. 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

3.10. 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*
- El blog como herramienta personal
- Consejos para generar contenidos en blogs

04- MARKETING EN BUSCADORES: SEO y SEM

4.1. SEO

- Introducción al Marketing en buscadores
- Usabilidad y accesibilidad web
- *Social Media Optimization*
- Definición de palabras clave
- Realizar paso a paso una correcta indexación en Google
- SEO *On-Page*: optimización de contenidos
- Instalación de plugins especializados en SEO
- Top de 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 blogs a nivel de SEO
- Optimización de imágenes para SEO
- ¿Cómo diseñar una *landing page* atractiva?

4.2. SEM

- Introducción a la analítica web-Google Analytics
- Estrategia de publicación de anuncios
- Conversiones y análisis de rentabilidad
- Casos de éxito
- Caso práctico: planificación y desarrollo de estrategia SEM
- Preparación del exámen de certificación de Google Adwords
- Campañas de Google Adwords
- Planificador de Palabras Clave y Tipos de Concordancia
- Editor de Adwords y Listas de Remarketing

05- ANALÍTICA WEB

- Introducción a Google Analytics
- Planificación de Objetivos
- Metas, eventos, filtros y canales
- Definición de métricas, tipos de conversiones
- Google Tag Manager y Test A/B
- Examen Certificación Google Analytics
- Examen Certificación Adwords Fundamentals
- Examen Certificación Adwords sólo para la red de búsqueda

06- E-COMMERCE

- Introducción a E-Commerce.
- Prestashop y Woocommerce.
- Google Merchant Center y Magento