

MÁSTER EN MARKETING DIGITAL Y UX/UI

Horarios

Opción entre semana:

Lunes a Jueves

Mañanas

09.00 - 12.00 H.
12.00 - 15.00 H.

Tardes

16.00 - 19.00 H.
19.00 - 22.00 H.

Opción fin de semana:

Viernes

16.00 - 20.00 H.

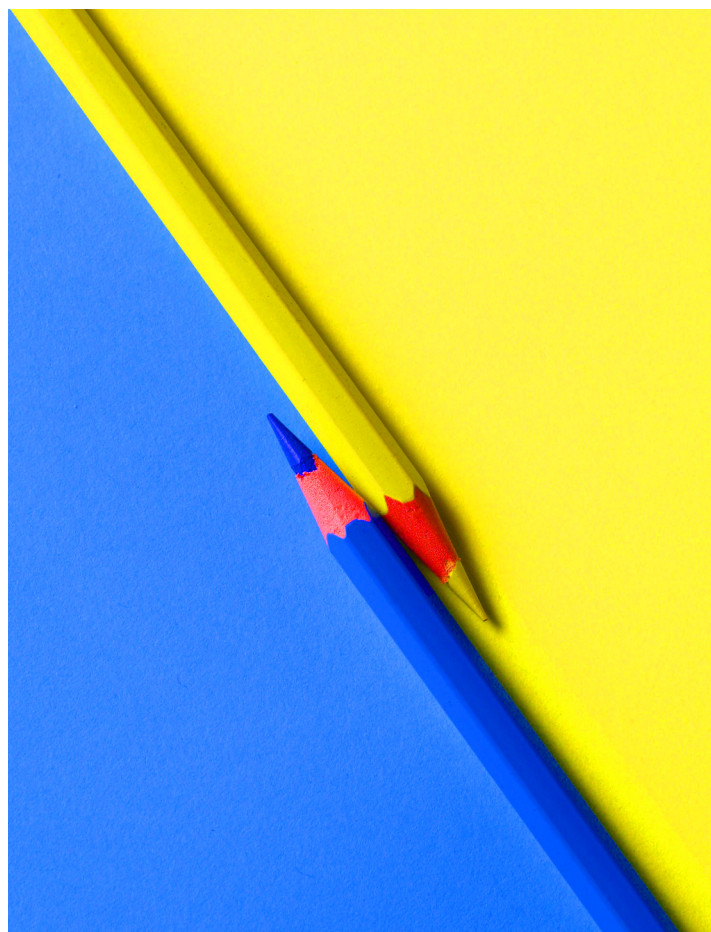
Sábados

10.00 - 14.00 H.

Pide cita [aquí](#)
con un asesor de estudios

Consulta precio, ofertas y
promociones actuales en

info@cei.es
www.cei.es



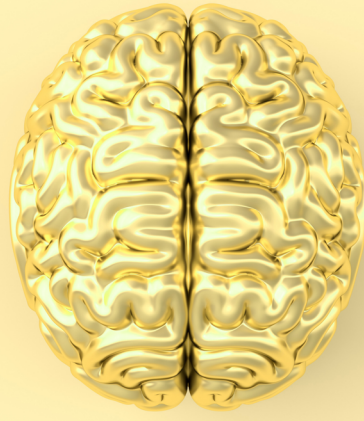
360 H. (6 o 12 meses)

280 H. Presencial/*Online* + 80 H. Proyecto final

* El contenido de este programa es orientativo,
pudiendo variar el mismo por razones de actual-
ización o modificación de los contenidos.

CEI.

OBJETIVOS



El Máster en Marketing Digital y UX/UI ofrece una formación completa que abarca tanto los aspectos estratégicos del marketing digital como las habilidades especializadas en diseño de interfaces y experiencia de usuario (UX/UI).

En el bloque de marketing digital, los estudiantes adquieren conocimientos fundamentales sobre las nuevas realidades de comunicación en el mundo digital. Se exploran perfiles profesionales clave como el Community Manager y el SEO Manager, así como estrategias de adquisición y acciones de venta tanto para empresas B2B como B2C. Se hace énfasis en la comprensión del cambio que la digitalización ha producido en el marketing, la importancia de los nuevos modelos de negocio en la web 2.0, 3.0 y 4.0, y el uso del *Growth Marketing* para obtener resultados inmediatos y a corto plazo. Además, se estudian herramientas esenciales para abordar una estrategia de *Social Media Marketing*, la gestión de redes sociales como canales de comunicación empresarial, y técnicas de marketing interactivo y analítica web.

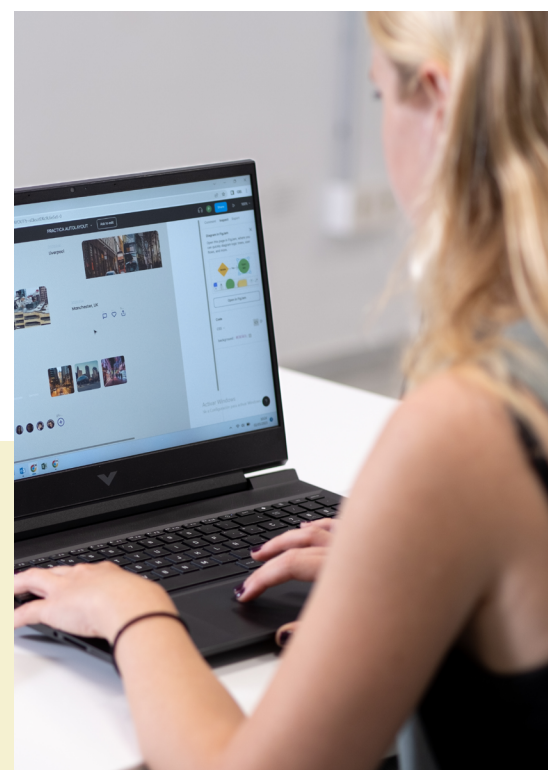
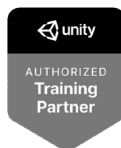
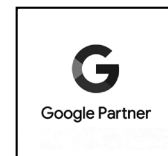
En el bloque de UX/UI, los alumnos se sumergen en el diseño de interfaces y la optimización de la experiencia del usuario en entornos digitales. Se profundiza en aspectos como el diseño de interfaz, interacciones modernas, investigación de usuarios y *stakeholders*, estrategia de contenidos, arquitectura de información, prototipado, combinaciones de estética y usabilidad, investigación de temas o modelos de página web, estudios de imagen y color, entre otros. Se destaca la importancia de saber combinar la estética y la usabilidad para crear experiencias digitales efectivas que cautiven a los usuarios y generen resultados tangibles para las empresas.

En conjunto, este máster proporciona a los estudiantes una formación integral que les permite desarrollar estrategias de marketing digital efectivas y diseñar experiencias digitales centradas en el usuario, preparándolos para destacarse en el mundo laboral en áreas como el marketing, la publicidad, el diseño web y el desarrollo digital.

OFICIAL

CEI - Escuela de Diseño y Marketing es un centro de formación reconocido por el Ministerio de Educación para impartir estudios oficiales de grado superior y homologado por las compañías que lideran el sector de las artes digitales y las nuevas tecnologías.

Ser el único centro de formación de España que reúne las siguientes certificaciones es una garantía indiscutible para nuestros alumnos: Adobe Authorized Training Center, Adobe Certified Professional, Apple Authorized Training Center, Autodesk Authorized Training Center, Official Autodesk Certification Center, Maxon Training Provider, Microsoft Certified Educator, Unity Official Training Center, Google Partner... Además, nuestra Escuela ha sido galardonada por los Premios Excelencia Educativa como Mejor Programa Educativo para Inserción Profesional, Mejor Centro de Formación Presencial, Mejor Web de Centro de Formación Presencial y Mejor Centro de Formación Profesional.





LA ESCUELA

CEI –Centro de Estudios de Innovación– es una escuela de diseño digital fundada en el año 1991 especializada en el sector de las nuevas tecnologías, el diseño y el marketing digital, con sedes en Madrid, Sevilla y Valencia. Nuestros estudios se desarrollan en seis áreas de formación: *diseño gráfico y dirección de arte, diseño y programación web, marketing digital y business, producción, postproducción audiovisual (VFX) y motion graphics, diseño de interiores y arquitectura BIM, arte, diseño y programación de videojuegos, y big data y cloud.*

Ahora sabemos que acertamos cuando, en 1991, apostamos por una enseñanza de calidad como *escuela de diseño, marketing y nuevas tecnologías.* Nuestra máxima fue, es y seguirá siendo que, el alumno, cuando acabe el periodo lectivo, maneje a la perfección las técnicas impartidas durante su formación. Por esto, la inmensa mayoría de los miles de alumnos que han pasado por nuestras aulas se han incorporado al mercado de trabajo o han mejorado sus condiciones laborales tras terminar sus estudios en CEI.

Con más de 30 años en el sector, más de 20.000 alumnos formados y un equipo de profesionales altamente cualificados, CEI pretende potenciar las habilidades de sus alumnos adaptándose constantemente a las fuertes exigencias del mercado laboral de todo el mundo. Es por todo ello que nuestra escuela ha sido galardonada, en los últimos años, por los *Premios Excelencia Educativa como Mejor Centro de Formación Presencial, Mejor Programa Educativo para Inserción Profesional, Mejor Web de Centro de Formación Presencial y Mejor Centro de Formación Profesional.*

En 2022, CEI unió fuerzas con *Omnes Education Group.* Omnes Education es una institución privada de educación superior e investigación multidisciplinar que ofrece programas educativos en los campos de la gestión, la ingeniería, la comunicación y los medios digitales y las ciencias políticas. Sus campus se encuentran en Abiyán, Barcelona, Beaune, Burdeos, Chambéry, Ginebra, Londres, Lyon, Madrid, Mónaco, Múnich, París, Rennes, San Francisco, Sevilla y Valencia, repartidos entre 13 escuelas y universidades diferentes. Con más de 40.000 estudiantes cada año y más de 200.000 antiguos alumnos, Omnes ocupa un lugar único en el panorama educativo internacional.

Otro de los puntos fuertes de la escuela es el *equipo de profesores altamente cualificados,* que ponen a disposición de los estudiantes varios años de experiencia en sus respectivas disciplinas. Un centro de formación homologado ha de comunicar quiénes son sus profesores/as y someterles al control de la compañía propietaria del *software* sobre el que impartimos formación. Esto garantiza su permanente conocimiento de todas las funcionalidades de las aplicaciones, su contrastada valía y experiencia profesional, así como su indudable capacidad y calidad como docente.

PROGRAMA

- Introducción al Marketing Digital
- Planificación Estratégica *Online*
- Gestión de *Social Media*
- Marketing en buscadores: SEO y SEM
- Analítica Web
- Fundamentos UX/UI
- *User research*
- Diseño de interfaces (Figma)
- Prototipado





MÓDULO

MARKETING

DIGITAL

180 H.

01 INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

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

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*

ATRAYENDO CLIENTES EN LA ERA DIGITAL

- Momento cero de la verdad
- Encontrar el público objetivo

- ¿Qué es un *lead*?
- Empezar a desarrollar *Buyer/Personas*
- Matriz de toma de decisiones
- RGPD

MARKETING DE CONTENIDOS

- Realidad actual. El contenido es el rey
- Definición de marketing de contenidos
- Tendencias en el marketing de contenidos
- La importancia de una estrategia de contenidos
- ¿Cómo generar contenido viral y atractivo?

02 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ONLINE

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

COPYWRITING | ESCRIBIR PARA VENDER

- Comunicación y gestión de la conversación
- Transmitir mensajes de forma eficaz y atractiva
- Gestión de mensajes dañinos

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*

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

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

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

- 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

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

YOUTUBE

- Vídeo Marketing
- Estrategias para Vídeo Marketing
- La nueva figura del *youtuber*
- YouTube y el SEO
- Bancos de imágenes
- Bancos de vídeos

INSTAGRAM

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

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

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

GOOGLE MAPS

- Introducción a fichas de negocio en Google Maps
- Gestión de perfiles
- Páginas y productos en Google Maps
- Opiniones y reseñas
- Google Maps y SEO

TIKTOK

- Usos de la red
- Creación de perfil personal y perfil de empresa
- TikTok Ads
- Etiquetas de seguimiento en TikTok
- Investigación de tendencias
- Formatos de anuncios
- Creación de públicos

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?

E-COMMERCE

- Introducción al *E-Commerce*
- WooCommerce

04

MARKETING EN BUSCADORES: SEO Y SEM

SEO

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

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 Google Ads
- Listas de remarketing
- YouTube Ads

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
- Creación de públicos personalizados
- Listas de remarketing
- Segmentos personalizados
- *Dashboards* Personalizados

06

ÚLTIMOS DÍAS DE CURSO

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



MÓDULO

DISEÑO EN EXPERIENCIA DE USUARIO E INTERFACES (UX/UI) 180 H.

01 INTRODUCCIÓN: UX/UI Y FIGMA

- Introducción UX/UI
- Introducción a Figma
- Animación básica en Figma

02 DISEÑO E INTERACCIÓN

- Principios de Usabilidad
- Términos y conceptos básicos de Usabilidad
- *UX Writing*
- *Wireframes*

03 DISEÑO VISUAL

- Principios de diseño
- Principios de color y tipografía

- Uso de la *Grid* o Retícula
- Accesibilidad

04 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

- Árbol de contenidos
- Sistemas de organización
- Sistemas de etiquetado
- Sistemas de navegación
- Sistemas de búsqueda
- Diagrama de flujos

05 HEURÍSTICAS

- Análisis Heurístico
- Rediseño e iteración de elementos

06 DISEÑO WEB Y APP

- Medidas de dispositivos *web/ipad/mobile/watch*
- Tipografías
- Colores
- *Grid*
- Diseño y prototipado con programas de prototipado avanzado

07 PROTOTIPADO AVANZADO

- *Auto layout*
- Componentes
- Variantes
- Variables

08 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

- *Card Sorting*
- Entrevistas
- Cuestionarios
- Test A/B
- *Benchmarking*

9 METODOLOGÍA AGILE

- *Atomic Design*
- *Design Sprint*
- *Design Thinking*

10 SISTEMAS DE DISEÑO

- Fundamentos sobre *Design Systems*
- Figma aplicado a Sistemas de diseño. *Foundations*.
- Figma y *Atomic Design*. Componentizado
- Microinteracciones
- Documentación/*hand-off*