MBA EN
MARKETING DIGITAL

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.

* El Módulo de *Digital Business* tiene un único horario: 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

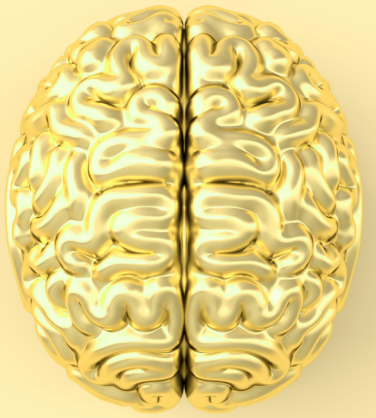
info@cei.es
www.cei.es

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 actualización o modificación de los contenidos.

CEI.



OBJETIVOS

Conoce a fondo las estrategias y modelos de negocio para liderar tu propia empresa digital/*startup* o consigue las habilidades, conocimientos y metodologías que hoy en día buscan las empresas digitales, todo desde una sólida y moderna base de administración, dirección y liderazgo.

Cada vez mas empresas necesitan profesionales que puedan gestionar o dirigir el cambio digital y constante en el que vivimos y, asimismo, cada vez más son los emprendedores que sueñan con crear su propia empresa o *startup*. El MBA en Marketing Digital de CEI pretende formar a los futuros líderes de compañías o emprendedores mediante una formación muy práctica, concreta y eficaz y con el objetivo de que los alumnos, una vez finalizado el periodo lectivo, sean capaces de gestionar el nacimiento y/o transformación que las empresas requieren en un mundo digital como el actual. Nuevos modelos de negocio digitales, fundamentos del marketing digital, posicionamiento y analítica web, estrategias competitivas o de nicho, *Lean startup,* gestión profesional de redes sociales, dirección y liderazgo, economías de red o emprendimiento serán algunos de los puntos clave que abordaremos.

Un programa integral que cubre todas las disciplinas del negocio y del marketing digital con dos objetivos: que el/la alumno/a no se desmotive y que se convierta en un/a líder que sepa como gestionar o dirigir empresas digitales exitosas.

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 Oficial 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.

Adobe Certified Professional

Google Cloud Certified – Cloud Digital Leader

aws certified Solutions Architect PROFESSIONAL

Microsoft CERTIFIED AZURE AI FUNDAMENTALS

AUTODESK Authorized Training Center

Google Partner

PYTHON INSTITUTE OPEN EDUCATION & DEVELOPMENT GROUP

unity AUTHORIZED Training Partner

PREMIOS EXCELENCIA EDUCATIVA

aws certified Cloud Practitioner FOUNDATIONAL

TRAINING PROVIDER MAXON 3D FOR THE REAL WORLD

Authorized Training Center

CISCO Networking Academy

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
- Ecosistema digital
- Modelos de negocio digitales
- Fundamentos de marketing
- Análisis estratégico
- *Lean startup*
- Dirección y liderazgo
- Gestión de *E-Commerce*
- Diseño de producto y experiencia de usuario
- Emprendimiento y finanzas digitales

MÓDULO

EXPERTO EN DIGITAL BUSINESS
180 H.

01 ECOSISTEMA DIGITAL

- Revolución digital 4.0
- Inteligencia Artificial y modelos predictivos
- Principios de la Tecnología *Blockchain*
- Inteligencia Artificial y *Machine Learning* en los Negocios
- *Big Data* y Análisis de datos para la toma de decisiones
- *Cloud Computing* y sus aplicaciones en Negocios
- Metaverso
- Ciberseguridad y Protección de datos

02 MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

- Transformación digital y cultura organizacional
- *Business Model Canvas*
- El usuario: el cambio de paradigma en el consumidor
- Plataformas *vs.* Negocios lineales

03 FUNDAMENTOS DE MARKETING

- Mercado y público objetivo
- *Marketing Mix;* Producto, Precio, Distribución y Promoción
- Propuestas de valor ganadoras
- Marketing digital y estrategias de contenido
- Analítica web y ROI

04 ANÁLISIS ESTRATÉGICO

INTRODUCCIÓN A LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- Análisis del entorno competitivo
- Estrategias genéricas de Porter
- La cadena de valor y ventajas competitivas

HERRAMIENTAS Y MODELOS DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO

- Análisis PESTEL para el estudio del macroentorno
- Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter
- Matriz DAFO y su aplicación estratégica
- Análisis de escenarios y modelado de futuros posibles

EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DIGITALES

- Diseño de estrategias de crecimiento: penetración de mercado, desarrollo de mercado, desarrollo de producto, diversificación
- Estrategias de innovación y transformación digital
- Planificación y gestión de la estrategia digital
- KPIs y medición en el entorno digital

05 *LEAN STARTUP*

- Primeros pasos
- Formar equipo
- Financiación para *startups*
- Principales inversores y rondas
- Vender tu proyecto

06 DIRECCIÓN Y LIDERAZGO

- Teorías y estilos de liderazgo
- Comunicación efectiva y gestión de conflictos
- Construcción de equipos de alto rendimiento
- Inteligencia emocional y liderazgo situacional
- Gestión del cambio y liderazgo transformacional
- Liderar equipos remotos y distribuidos
- Tecnologías emergentes y su impacto en el liderazgo
- Ética y responsabilidad social en el liderazgo
- Creación y gestión de culturas organizacionales
- Atracción, retención y desarrollo del talento

07 GESTIÓN DE *E-COMMERCE*

- *E-commerce:* diseño, gestión y optimización
- Logística y operaciones en el *E-commerce*
- Métodos ágiles y Gestión de proyectos digitales
- Innovación y Desarrollo de productos digitales
- *Customer Experience* y Diseño de servicios digitales

08 DISEÑO DE PRODUCTO Y EXPERIENCIA DE USUARIO

- Principios básicos y herramientas para el diseño de UX/UI
- Tendencias actuales en diseño de experiencia de usuario
- Métodos de investigación de usuarios: cualitativos y cuantitativos
- Diseño de *wireframes* y prototipos
- Métricas y KPIs para evaluar la efectividad de UX/UI

09 EMPRENDIMIENTO Y FINANZAS DIGITALES

- Emprendimiento digital y *Startups*
- La importancia del equipo fundador
- Roadmap para emprender un negocio
- Finanzas básicas en el ámbito digital
- Modelos de financiación y *Crowdfunding*
- Contabilidad de dirección: principios fundamentales
- Estados financieros: principios fundamentales
- Valoración de empresas
- *Legal Tech* y Aspectos legales del negocio digital

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, Ghiphy

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 paracampaña
- 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 *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?

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, Ubbersuggest, 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