

MÁSTER EN DISEÑO, POSICIONAMIENTO Y ANALÍTICA WEB

TITULACIÓN UNIVERSITARIA

60 ECTS (12 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

+

Mudima
U 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

Gestión de *Social Media*

Planificación de estrategias *online*

Técnicas y herramientas para *Community Managers*

Posicionamiento web: SEO y SEM.
Análítica web. Publicidad *online*
(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

Viernes y sábados

2 Exámenes

2 Proyectos finales

HORARIOS

VIERNES

16.00 - 20.00 H.

SÁBADOS

10.00 - 14.00 H.

PRECIO

3.875 €

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

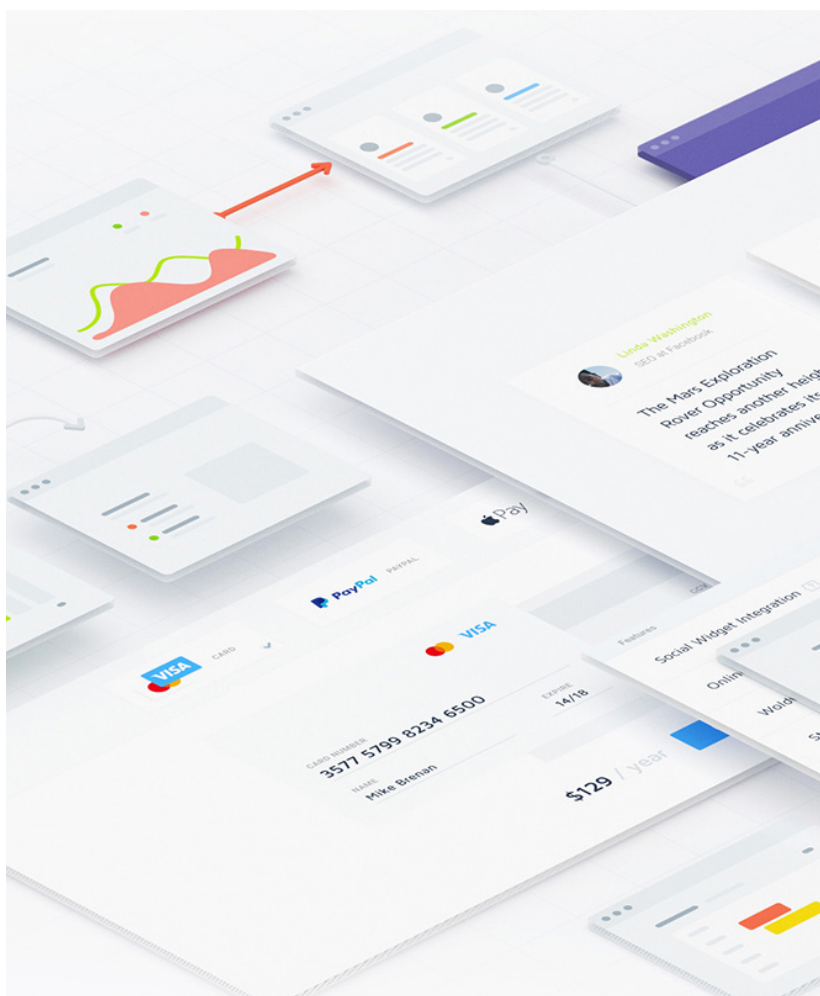
CEI es un Centro de Formación Autorizado por Apple. Por ello, nuestros alumnos podrán obtener la certificación profesional de Apple e impulsar su carrera en tecnologías del diseño y de la información, entornos empresariales y mercados B2B.



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

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 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*

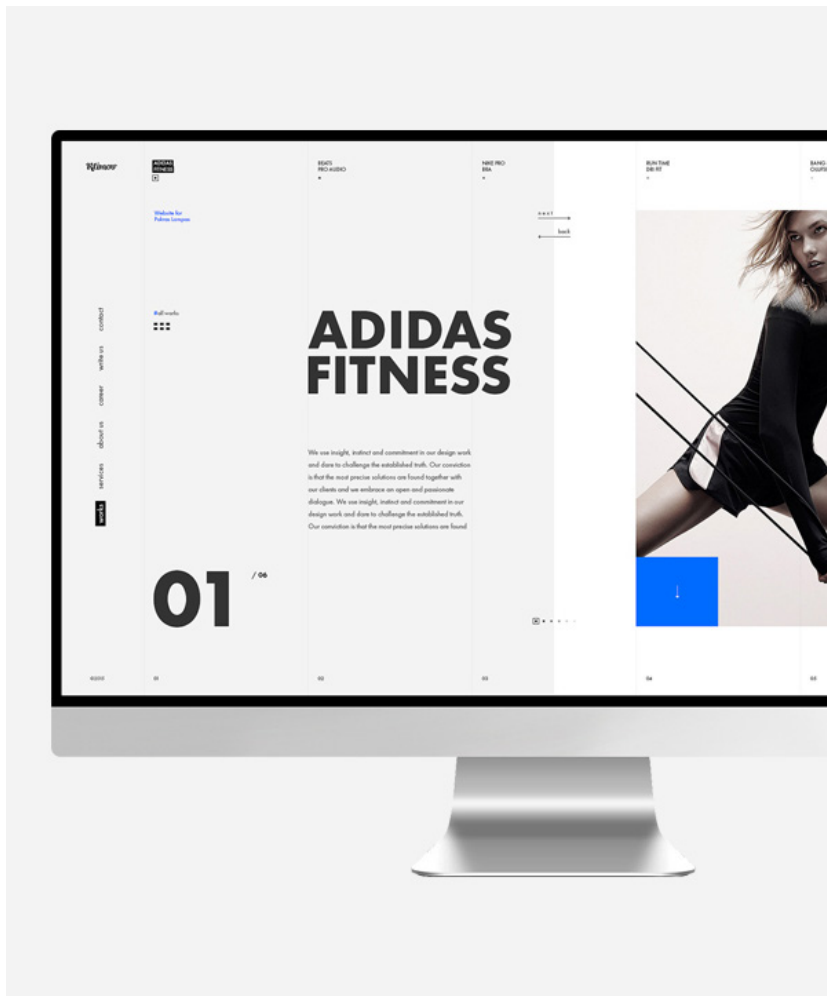
2.4. Social Media Plan

- 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



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)