MÁSTER EN

MARKETING DIGITAL Y *BIG DATA*

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 *Big Data* tiene un único horario: 19.00-22.00 H.

Opción fin de semana:

Viernes

16.00 - 20.00 H.

Sábados

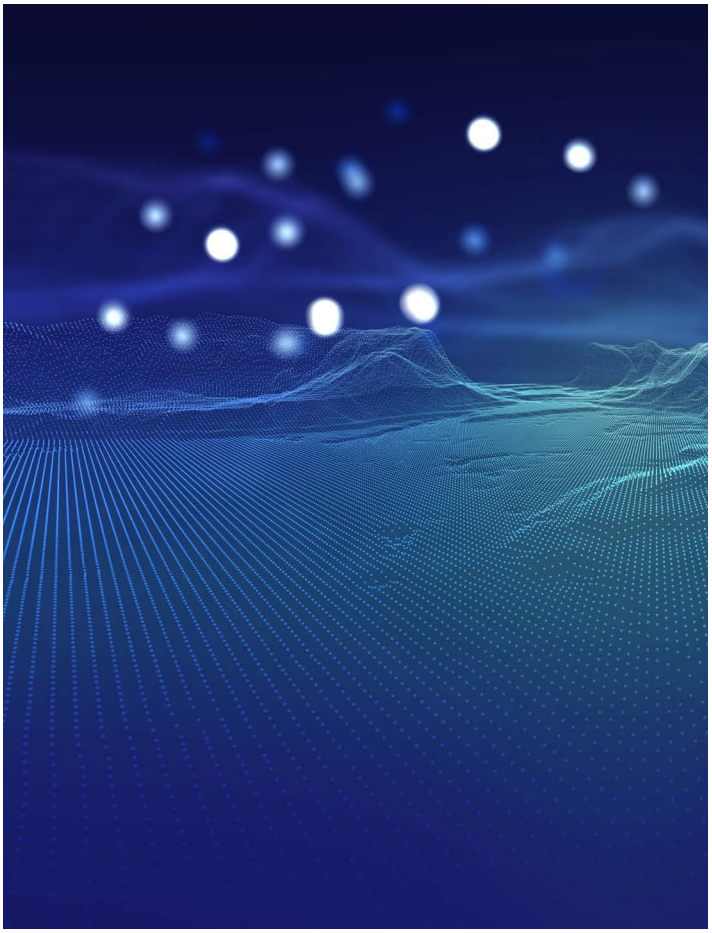
10.00 - 14.00 H.

Pide cita **aquí**
con un asesor de estudios

Consulta precio, ofertas y promociones actuales en

info@cei.es
www.cei.es

CEI.



360 H. (6 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.

OBJETIVOS

En el Máster en Marketing Digital y *Big Data* los alumnos aprenderán la teoría, estrategias y técnicas más importantes del marketing digital y, además, se proporciona un conocimiento efectivo sobre los fundamentos del *Big Data* y la Analítica de Datos *(Business Analytics),* sus principales componentes y las herramientas más empleadas en el entorno empresarial.

El programa académico de este máster se divide en dos asignaturas o módulos claramente diferenciados pero directamente relacionados entre sí:

- Marketing Digital: un módulo 100% de marketing digital. Planificación estratégica *online* y marketing de contenidos, gestión profesional de redes sociales, marketing en buscadores (SEO y SEM), analítica web y otros conceptos de marketing digital que serán aplicados en todo tipo de proyectos, plataformas y páginas web.
- *Big Data* y *Business Analytics.* Donde el alumno aprenderá a establecer un orden entre los diferentes campos de estudio (almacenamiento, procesamiento, análisis), siendo capaz de recomendar el uso de herramientas y tecnologías en función del caso de uso a resolver y con el objetivo de que, al terminar el periodo lectivo, el alumno sea capaz de dominar los fundamentos de *Big Data* y *Business Analytics,* modelos y bases de datos relacionales, tecnología aplicada a *business intelligence,* bases de datos No-SQL y almacenamiento escalable, paralelización de datos (Hadoop *vs.* Spark), *machine learning* y minería de datos, minería de texto y PLN y visualización de datos.

En definitiva, este Máster en Marketing Digital y *Big Data* busca dar respuesta al aumento de la demanda de empleo relacionada con la proliferación exponencial de datos y el repentino impacto de la transformación digital en el entorno social, económico y/o profesional durante los últimos años, formando perfiles capaces de dar respuesta a problemas de interpretación de datos, mejora en la toma de decisiones y la elaboración de estrategias de marketing digital.

OFICIAL

CEI –Centro de Estudios de Innovación, 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 Certified Professional, Apple Authorized Training Center, Autodesk Authorized Training Center, Maxon Training Provider, Microsoft Certified Educator, Unity Oficial Training Center, Google Partner, IBM Education Partner, Cisco Networking Academy, AWS Academy... 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 Partner

Microsoft CERTIFIED Educator

Authorized Training Center

AUTODESK Authorized Training Center

IBM Education Partner

aws academy

MAXON

cisco Networking Academy

Unity Learn

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
- Infraestructura de datos
- *Cloud*
- *Data Analytics* y GenAI
- *Business Intelligence*
- *Data Science*

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
- La IA como modelo de futuro: Introducción a LLM's

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*
- Creación de ideas de negocio con IA

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
- Prospección de públicos y *buyer personas* con IA

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?
- Creación de estrategia de marketing de contenidos con IA

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
- Creación de agentes de IA enfocados al Marketing Digital
- Validación y creación de D.A.F.O con IA
- Modelo de negocio Canvas enfocado con IA

MARKETING DIGITAL CON IA

- Estrategias de Marketing Digital asistidas con IA
- Identificación de Públicos objetivos con IA
- Configuración de asistente de *Copywriting* con Chat GPT
- Creación y planificación de contenidos en redes sociales con IA
- Redacción y optimización SEO con IA
- Redacción de anuncios publicitarios de SEM con IA

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*
- Planificación de estrategia de *e-mail* con IA
- Creación de contenidos de correos con IA

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, X, YouTube, Instagram, Blog, etc.
- Herramientas de monitorización de redes sociales
- Creación de calendarios de contenidos con IA
- Redacción de piezas publicitarias con IA

03 GESTIÓN DE *SOCIAL MEDIA*

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

X

- Usos de X por parte de las marcas
- Creación de campañas y participación
- X para empresas
- Campañas de X 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

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

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?

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
- 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
- SEO Local con Google Maps
- Creación de contenidos de IA enfocados a GEO (Generative Engine Optimization)
- Redacción y optimización SEO con IA
- Investigación de palabras clave enfocadas con IA
- Interlinking con IA

SEM

- Estrategia de publicación de anuncios
- 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
- Creación de Campañas de Red de búsqueda con IA.
- Creación de Anuncios con IA
- Campañas de PMAX enfocadas con IA
- Redacción de anuncios publicitarios de SEM con IA

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
- GA4 asistido por IA

06 ÚLTIMOS DÍAS DE CURSO

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

MÓDULO

BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

180 H.

01 INFRAESTRUCTURA DE DATOS

- Ecosistemas Modernos: evolución de arquitecturas desde el *Data Warehouse* hacia el *Data Lakehouse* (implementación con Databricks y Spark)
- SQL para Analítica Avanzada: optimización de consultas complejas y funciones de ventana para el análisis de grandes volúmenes de datos
- Estrategias de Modelado: Diseño de esquemas en estrella frente a arquitecturas de tabla única *(One Big Table)* para rendimiento analítico

02 *CLOUD*

- Fundamentos *Cloud:* gestión de almacenamiento escalable (Amazon S3/ Azure Data Lake Storage)
- Sistemas de Mensajería y *Streaming:* Ingesta de datos en tiempo real mediante Apache Kafka y Azure Event Hubs

03 *DATA ANALYTICS* Y GenAI

- Procesamiento de Datos con Python: manipulación e iciente con Pandas y computación de alto rendimiento con Polars
- *Big Data Processing* con PySpark: escalabilidad del procesamiento de datos; transición de arquitecturas locales a entornos distribuidos
- Análisis Exploratorio (EDA) y *Real-Time:* Técnicas de limpieza y diagnóstico tanto en datos estáticos como en lujos de *streaming*
- IA Generativa para *Data Off ce:* integración de LLMs para la optimización de código SQL/Python y automatización de la calidad de datos

04 *BUSINESS INTELLIGENCE*

- Visualización Dinámica: técnicas de *Data Storytelling* y diseño de *Dashboards* interactivos en Power BI
- Métricas de Negocio: definición y seguimiento de KPIs estratégicos para la toma de decisiones

05 *DATA SCIENCE*

- *Machine Learning* Supervisado: implementación de modelos de Regresión y Clasificación con Scikit-Learn
- ML a Escala: entrenamiento de modelos masivos mediante Spark ML
- Aprendizaje No Supervisado: segmentación de clientes y detección de patrones mediante *Clustering*
- Evaluación y Ética: métricas de rendimiento, validación de modelos y control de sesgos en IA
- Introducción a MLOps: fundamentos del ciclo de vida y despliegue de modelos en entornos de producción