

M+GM

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A personas que desean adquirir la formación práctica más completa para trabajar en agencias de publicidad Online.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos de informática a nivel de usuario.

SALIDAS PROFESIONALES

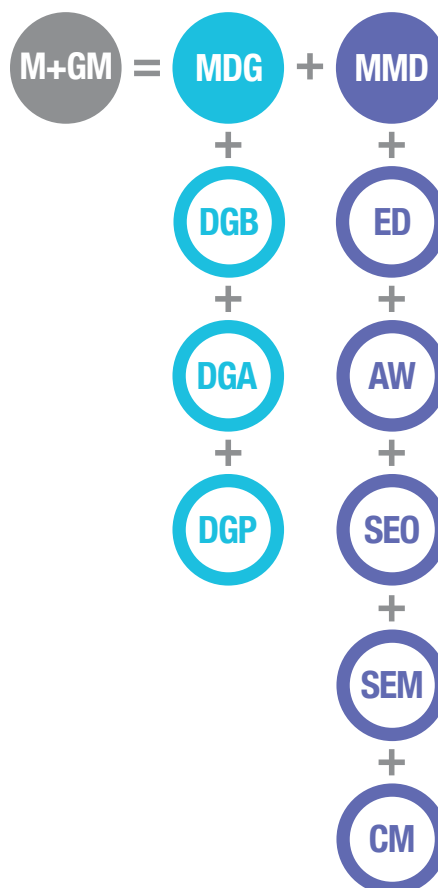
- Diseñador Gráfico
- Artefinalista
- Maquetador
- Consultor estratégico
- Consultor SEO
- Consultor SEM
- Community Manager
- Analista Web

PORTFOLIO

Al término del curso el alumno se habrá configurado un portfolio formado por campañas de diseño gráfico y plan de marketing online.

Máster Plus Diseño Gráfico + Marketing Digital & RRSS

Prepárate para convertirte en un profesional con una visión gráfica y estratégica de las campañas publicitarias. El Máster Plus Diseño Gráfico + Marketing Digital & Redes Sociales es una formación presencial y compuesta del **Máster de Diseño Gráfico** y el **Máster de Marketing Digital & Redes Sociales**.



¿Qué aprenderás?

- Dominar las herramientas de Illustrator, Indesign y Photoshop
- Aprender fundamentos de diseño gráfico
- Tener conceptos de composición, color y tipografía
- Aprender a diseñar logotipos, imagen corporativa, folletos, revistas, cartel y packaging.
- Preparar Artes Finales para imprenta
 - Realizar un plan de Marketing Online
- Mejorar el posicionamiento web organico
- Hacer campañas en Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads
- Diseñar una estrategia Social Media y gestionar una comunidad online
- Medir y analizar el tráfico de una web con Google Analytics
- Crear una red de contactos en Linkeding
- Tener argumentos para defender tus ideas
- Realizar informes personalizados sobre el rendimiento de un sitio web
- Tener argumentos para defender tus ideas
- Presentar proyectos ante el cliente
- Crear portfolio de trabajos



Andrea Martin Majado



Miriam Sanz



Cristina Martinez Simarro

¿Qué ofrecemos?

- Clases 100% prácticas
- Profesores con experiencia tanto profesional como docente
- Realización de proyectos individualizados
- Asesoramiento en la confección del portfolio de trabajos
- Visionado y análisis de campañas actuales
- Campus virtual
- Información sobre conferencias, ferias, festivales y exposiciones
- Información sobre concursos para estudiantes
- Material didáctico
- Blog informativo
- 1 ordenador Mac por alumno
- Acceso a Internet
- Bibliografía recomendada
- Diploma acreditativo
- Bolsa de trabajo
- Convenio de prácticas con empresas



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A personas sin conocimientos previos que necesitan dominar las herramientas más extendidas del sector, Illustrator, Indesign y Photoshop.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos de informática a nivel usuario.



Diseño Gráfico Básico

El Curso de **Diseño Gráfico Básico (Herramientas)** está dirigido a personas que necesitan dominar las herramientas informáticas más extendidas dentro del sector (**Illustrator**, **InDesign** y **Photoshop**) con el objetivo de adquirir una formación básica indispensable

ILLUSTRATOR

Área de trabajo

Conceptos básicos. Personalización del espacio de trabajo. Herramientas. Reglas, cuadrículas y guías. Establecimiento de preferencias.

Dibujo

Conceptos básicos de dibujo. Dibujo de líneas y formas sencillas. Dibujo de destellos. Dibujo con la herramienta lápiz. Dibujo con la herramienta pluma. Edición de trazados. Calco de ilustraciones. Símbolos.

Color

Acerca del color. Selección de colores. Uso y creación de muestras. Gestión de muestras. Trabajo con grupos de colores.

Pintura

Cómo pintar con rellenos y trazos. Grupos de pintura interactiva. Pinceles. Transparencias y modos de fusión. Degradados mallas y fusiones de color. Motivos.

Selección y organización de objetos

Selección de objetos. Agrupación y expansión de objetos. Movimiento, alineación y distribución de objetos. Rotación y reflejo de objetos. Uso de capas. Bloqueo, ocultación y eliminación de objetos. Duplicación de objetos.

Reforma de objetos

Transformación de objetos. Escalado y distorsión de objetos. Cómo reformar con envolventes. Combinación de objetos. Cómo cortar y dividir objetos. Máscaras de recorte. Fusión de objetos. Reforma de objetos con efectos. Creación de objetos tridimensionales.

Texto

Creación e importación de texto. Trabajo con texto de área. Trabajo con texto en un trazado. Escalado y rotación de texto. Fuentes. Aplicación de formato al texto. Espaciado entre líneas y caracteres. Aplicación de formato a párrafos. Tabuladores. Estilo de carácter y de párrafos.

Creación de efectos especiales

Atributos de efectos especiales. Trabajo con efectos y filtros. Sombras paralelas, resplandor y desvanecer. Creación de bosquejos y mosaicos. Conversión de gráficos vectoriales en imágenes de mapa de bits. Estilos gráficos.

Gráficas

Creación de gráficas. Aplicación de formato a gráficas. Adición de imágenes y símbolos a gráficas.

Métodos abreviados de teclado

Personalización de los métodos abreviados de teclado. Automatización



INDESIGN

Área de trabajo

Conceptos básicos del espacio de trabajo. Personalización de menús y atajos de teclado. Herramientas. Definición de preferencias. Acciones para recuperar y deshacer.

Dibujo

Explicación de los trazados y las formas. Dibujo con las herramientas de líneas y formas. Dibujo con la herramienta lápiz. Dibujo con la herramienta pluma. Edición de trazados. Trazados y formas compuestas.

Color

Aplicación de colores. Trabajo con muestras. Importación de muestras. Matices. Degradados. Mezcla de tintas.

Maquetación

Creación de documentos. Creación de tamaños de página personalizados. Reglas y unidades de medida. Cuadrículas. Guías. Páginas y pliegos. Páginas maestras. Capas. Maquetación de marcos y páginas. Numeración de páginas, capítulos y secciones.

Texto

Creación de texto y marcos de texto. Adición de texto a marcos. Importación de texto. Propiedades de marco de texto. Buscar/cambiar. Pictogramas y caracteres especiales. Revisión ortográfica y diccionario de idiomas. Notas al pie de página.

Estilos

Estilo de párrafo y carácter. Capitulares y estilos anidados. Estilo de objeto. Cómo trabajar con estilos.

Combinación de texto y objetos

Objetos anclados. Contorneo de texto alrededor de objetos. Creación de texto en un trazado.

Tipografía

Formato de texto. Uso de fuentes. Interlineado. Kerning y tracking. Formato de caracteres y párrafos. Alineación de texto. Sangrías. Tabulaciones. Viñetas y numeración. Composición de texto.

Tablas

Creación de tablas. Selección y edición de tablas. Formato de tablas. Contornos y relleno de tablas. Estilos de tabla y celda.

Marcos y objetos

Selección, transformación, alineación y distribución de objetos. Agrupación y duplicación de objetos. Trabajo con marcos y objetos. Trazados de recorte.

Transparencia efectos

Adición de efectos de transparencia. Fusión de los colores. Acoplamiento de ilustraciones transparentes.

PHOTOSHOP

Espacio de trabajo

Paletas y menús. Herramientas. Reglas, cuadrícula y guías. Visualización de imágenes. Preferencias. Plugins. Rehacer y deshacer.

Imágenes

Mapa de bits y vectoriales. Tamaño y resolución de imágenes. Canales de color. Profundidad de bits.

Selección

Herramientas de selecciones.

Color

Modos de color. Conversión entre modos de color. Selección de colores.

Capas

Gestión de capas. Selección, agrupación y enlace de capas. Movimiento, apilamiento y bloqueo de capas. Estilos y efectos de capa. Capas de ajuste y relleno. Creación de máscaras de capas.

Retoque y transformación

Ajuste del recorte, rotación y lienzo. Retoque y reparación de imágenes. Ajuste del enfoque y desenfoque. Transformación de objetos.

Pintura

Herramienta de pintura. Pinceles. Degradados. Relleno y trazado de selecciones. Creación de motivos.

Dibujo

Gráficos vectoriales. Herramienta pluma. Gestión y edición de trazados.

Texto

Creación y modificación de texto. Aplicación de formato de texto. Fuentes. Espaciado. Escalado y rotación de texto. Creación de efectos de texto.

Guardar y exportar imágenes

Cómo guardar y exportar archivos en otros formatos.

Filtros

Conceptos básicos sobre filtros.

Automatización de tareas

Automatización con acciones. Creación de acciones. Procesamiento de un lote de archivos.



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A personas que quieren aprender a diseñar para trabajar como diseñadores gráficos en Agencias de Publicidad, Estudios de Diseño y como Freelance.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos de las herramientas de Illustrator, Indesign y Photoshop.

PORTFOLIO

Al término del curso el alumno se habrá configurado una carpeta de trabajos formada por los siguientes proyectos de diseño gráfico: Logotipo, imagen corporativa, revista, libro, folleto, cartel y packaging.

Diseño Gráfico Avanzado

¿Quieres orientar tu carrera profesional hacia el **diseño gráfico**?
¿Quieres adquirir la formación necesaria para trabajar como diseñador gráfico? El curso de Diseño Gráfico Avanzado (Proyectos) **aprendes a diseñar** utilizando la **creatividad**, **presentar proyectos** ante el cliente, **tener argumentos para defender tus ideas** a través de un briefing, tener **conceptos de psicología del color**, utilizar tipografías según su significado y **crear proyectos** como logotipos, manuales de identidad corporativa, carteles, revistas, folletos, packaging,...

Al terminar el curso, saldrás con un **portfolio de trabajo**, que es la tarjeta de presentación para cualquier entrevista de trabajo.

El curso de diseño gráfico avanzado de Aula Creativa te capacita para trabajar como diseñador gráfico en una **agencia de publicidad**, **estudio de diseño gráfico**, departamento gráfico de una empresa o como **freelance**.



Javier Diaz



Miriam Sanz

Fundamentos de diseño

Elementos básicos de la comunicación visual. Dinámica del contraste. Técnicas visuales. Equilibrio. Peso. Composición. Proporción y simetría.

Color

Introducción. Color luz y pigmento. Naturaleza y dimensiones del color. Círculo cromático. Dinámica de los colores. Lenguaje del color. Reacciones ante el color. Color y psicología.

Tipografía

Introducción a la tipografía. Clasificación. Estilo y estética tipográfica. Disposición tipográfica. Formas tipográficas. Color tipográfico.

Logotipo

Branding

Diseño de logotipo

Imagen corporativa

Diseño de manual de identidad corporativa

Diseño editorial

Fundamentos y conceptos del diseño editorial

Diseño y maquetación de una revista

Diseño y maquetación de un libro

Diseño publicitario

Fundamentos y conceptos del diseño publicitario

Diseño y maquetación de un catálogo

Diseño y maquetación de un folleto

Cartel

Fundamentos y diseño de cartel

Packaging

Embalaje. Etiquetas. Diseño de caja

Realización de portfolio.



AnnaPeris



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A personas que quieren aprender a preparar Artes Finales para imprenta optimizando sus capacidades para dirigir una producción gráfica.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos de las herramientas de Illustrator, Indesign y Photoshop.

Diseño Gráfico Preimpresión

¿Necesitas completar tu formación en **diseño gráfico** con conocimientos de **producción gráfica**? El Curso de Diseño Gráfico **Preimpresión** está dirigido a estudiantes y profesionales con conocimientos en Diseño Gráfico, que necesitan aprender a preparar **artes finales** para su **impresión**.

LA INDUSTRIA GRÁFICA:

Preimpresión
Fotomecánica
Fotocomposición
Autoedición
Filmación
Impresión

PREIMPRESIÓN

- Separaciones de color
- Trazados de recorte
- Tintas Planas
- Cuatricromía
- Bitonos
- Combinación de tintas planas y cuatricromía desde distintos programas
- Corrección de color
- Sobreimpresión
- Reventado
- Artes finales

IMÁGENES

Entrada de imágenes

- Fotomecánica
- Scanner de tambor
- Scanner plano
- Cámara digital

La imagen en el ordenador

- Información de una imagen
- Modos de color
- Blanco y negro, escala de grises
- RGB
- CMYK
- El color en pantalla
- Síntesis aditiva
- Síntesis sustrativa
- Gama de colores

Formatos más frecuentes

- TIFF
- EPS
- JPEG
- Profundidad de color
- Cantidad de colores
- Número de bits
- Eliminación de defectos
- Tramado de la imagen
- Fundamentos
- Resolución de entrada
- Resolución de salida
- Concepto de lineatura
- Ángulo de las tramas
- Forma del punto
- Tramado estocástico



Amanda Farias de Mello

PROCESOS FINALES DE LA PREIMPRESIÓN

- Salida del trabajo
- Salida desde el ordenador
- Impresora de chorro de tinta
- Impresoras láser
- Impresoras de sublimación
- Filmadoras de películas
- Filmadoras de plancha (CTP)
- Procesado del material fotográfico
- Material fotográfico
- Sistemas de imposición de páginas
- Sistemas de prueba
- Fases del proceso productivo

IMPRESIÓN

papel

- La pasta papelera
- Fabricación de papel
- Características del papel
- Tipos de papel
- La tinta
- La composición de la tinta
- Características de la tinta
- Secado de la tinta

SISTEMAS DE IMPRESIÓN

Offset

- Definición
- La plancha
- Reproducción
- Ventajas e inconvenientes

Huecograbado

- Definición
- La forma de impresora
- Reproducción
- Ventajas e inconvenientes

Serigrafía

- Definición
- La pantalla
- Reproducción
- Ventajas e inconvenientes

Flexografía

- Definición
- Fotopolímero
- Reproducción
- Ventajas e inconvenientes

Digital

- ventajas e inconvenientes

ACABADOS

- Barniz UVI
- Plastificados
- Troquel
- Hendidos
- Golpe en seco

ENCUADERNACIÓN

- Partes del libro
- La encuadernación y sus tipos

CONTROL DE CALIDAD

- Comprobación de fotolitos
- Estampación / ganancia de punto
- Dirección de las fibras
- Repintado de la tinta
- Tiro de la tinta
- El remosqueo en la impresión



Alberto González



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A personas y profesionales que necesitan contar con una estrategia digital para guiar sus pasos dentro del canal online.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos básicos en internet.

Estrategia Digital

¿Cuánto debe invertir una empresa para estar presente en Internet? ¿Qué retorno de la inversión es el idóneo? ¿Cómo se miden los resultados? ¿Cuáles deben ser los indicadores? ¿Qué redes sociales debemos utilizar y por qué? ¿Cómo vamos a aumentar el tráfico a nuestra web? Hoy todas las empresas y profesionales necesitan contar con una **estrategia digital** para guiar sus pasos dentro del canal online. Una estrategia digital debe determinar y coordinar todas las acciones de **SEO, SEM, Community Management y Analítica Web** que una compañía debe implementar dentro de su **plan de marketing online**. Este curso te aporta la visión introductoria necesaria para que conozcas todas las áreas que conforman el marketing online y puedas luego profundizar en cada una de ellas: SEO, SEM, Community Management y Analítica Web.

En este curso de estrategia digital aprenderás principalmente, de forma práctica, a identificar y usar las **métricas de negocio** necesarias para tu proyecto o empresa. Aprenderás a **cuantificar y hacer estimaciones de inversión** necesarias en un plan de marketing online para distribuir el mismo entre distintos canales de adquisición (SEO, SEM, Display, Redes de Afiliación, Redes Sociales, etc.).

Aprenderás la metodología de **Inbound Marketing**, técnicas y canales para la captación de leads. Diseñar **embudos de conversión** y herramientas de contenidos para **automatizar** todo el proceso.



Joaquín Matos Romo

El Paradigma Digital

- El nuevo Marketing & el nuevo Consumidor Digital. Diferencias entre el marketing tradicional con el marketing digital actual. Las 4Ps del marketing.

Modelos de Negocio Online

- Tipos & Modelos
Identifica los modelos de negocio más comunes en Internet. Conocerás las fuentes de ingresos, las métricas de negocio utilizadas y a contruir el tuyo.
- CPC, CPM, CPL, CPA
Métricas de campaña. Cómo hacer estimaciones de la rentabilidad de un negocio o la rentabilidad de las campañas.
- Redes Publicitarias
Google Adwords, Facebook, Redes de Afiliación, Redes Premium. Diferencias y usos potenciales según objetivo de negocio.

Estrategias de Marketing Digital

- Ejemplos de Estrategias Digitales de negocio actuales. Define un negocio y su estrategia digital buscando la rentabilidad.

Organizaciones Digitales & Plan Marketing Online

- Marketing de Adquisición y Retención
Qué es y su figura dentro de la empresa.
- Plan de Marketing Online
Las Fases de un Plan de Marketing. Objetivos y Estrategia. Crea una Plan de Marketing Online para tu negocio y analiza el ROI. Analítica Web y KPIs de Negocio.

Introducción al Inbound Marketing

- ¿Qué es el inbound?
Outbound e inbound. Diferencias con el marketing de atracción. La metodología. Los elementos.
- El buyer persona
De la audiencia a la hipersegmentación: el concepto de buyer persona. Construye tu buyer persona.
Metodología.
- Captación de leads
Técnicas y canales para la captación de leads. Tipos de lead magnets y su uso. Lead scoring & lead nurturing.
Embudos y journey
Diseño de embudos de conversión. Metodología TOFU, MOFU, BOFU.
- Herramientas
Herramientas para contenidos. El papel del CRM en el inbound marketing. Marketing automation. Introducción a Active Campaign.



Elena Fernández Vera
Trabajo final de máster



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

estudiantes de Publicidad o Marketing y a profesionales que necesitan aprender las herramientas de medición y análisis.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos básicos en internet.

Analítica Web

La recogida y tratamiento de datos sobre el comportamiento de los usuarios de sitios web permite a las empresas disponer de una información esencial para la toma de decisiones. El **análisis de datos** como el tráfico, páginas vistas, demografía, páginas de entrada/salida o porcentaje de rebote permite optimizar las inversiones y se ha convertido en un área clave dentro de los departamentos de marketing.

El Curso de **Analítica Web** está dirigido a estudiantes de **Publicidad** o **Marketing** y a profesionales que necesitan aprender las **herramientas de medición y análisis** más extendidas – Google Analytics – para recopilar, medir y evaluar los datos obtenidos sobre el comportamiento de los usuarios de sitios web.

La analítica web es la piedra angular del marketing digital para poder desempeñar un buen trabajo en cualquiera de sus profesiones. Aprenderás mediante la metodología del “caso” y ejercicios prácticos tanto los conceptos como a usar la herramienta de **Google Analytics**. Aprenderás a configurar la herramienta, **identificar KPIs de negocio**, escoger las métricas necesarias y hacer un panel de seguimiento del comportamiento web de tu empresa/proyecto.

Proporcionarte la formación necesaria para que puedas dominar las herramientas de analítica web más utilizadas en el mercado y puedas crear informes destinados a optimizar el uso de sitios web. Aprenderás a manejar Google Analytics, identificar las **fases de Captación, Engagement, Conversión y Retención**, **trabajar con KPIs** ligados al modelo de negocio y a interpretar los datos de la herramienta a través de ejercicios de analítica web.



Lydia Calero

¿Qué es la Analítica Web?

Usos en entornos online y empresa. ¿Para qué sirve?. Interpretación de datos. Introducción Google Analytics. Configuración de Google Analytics. Ejercicios Prácticos.

Objetivos y KPIs

Definición y tipos de KPIs por modelos de negocio. ¿Son todos iguales? Familiarización con los módulos de Google Analytics y su aprendizaje. Ejercicios Prácticos.

Análisis

Análisis de la información y datos. Conceptos y Métricas. Identificación e interpretación de un panel de datos. Ejercicios Prácticos.

Segmentación

Segmentación de la Audiencia. Cómo y para qué. Segmentos Avanzados. Ejercicios Prácticos.

Audiencia

¿Quiénes y cómo son nuestra audiencia? Sesiones y Usuarios. Cómo es la audiencia de nuestra web. Ubicación geográfica. Ejercicios Prácticos.

Adquisición

¿De dónde viene nuestro tráfico? Fuentes de Tráfico & Conversiones. Canales & Integración Search Console. Social & Campañas. Ejercicios Prácticos.

Comportamiento

¿Qué consume nuestra audiencia? Métricas ligadas a Contenido. Ejercicios Prácticos.

Conversiones

¿Has conseguido los Objetivos marcados? Configuración y planificación de objetivos web. Cómo llevarlos a la práctica. Tasas de Conversión.

Reporting

Paneles de Métricas. Elección Correcta de Métricas. Implementación técnica de herramientas de medición. Creación de cuenta en Google Analytics (Universal Analytics, Analytics 4) y Google Tag Manager y configuración en una web de prácticas.

Se hará una enseñanza dual de Analytics en las dos versiones vigentes en 2021: Universal y Analytics 4. El alumno aprenderá a implementar y analizar ambas.



Lydia Calero



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

estudiantes y profesionales cuyo objetivo es adquirir una formación muy actualizada sobre las técnicas de posicionamiento natural de sitios web.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener unos conocimientos básicos de internet.

SEO. Posicionamiento Web

¿Quieres centrar tu carrera profesional en el **posicionamiento natural de sitios web** o necesitas ampliar tus conocimientos en este área? El Curso de **SEO** está dirigido a todos aquellos estudiantes y profesionales (**webmasters, diseñadores web, responsables de Marketing Online y Community Managers**) cuyo objetivo es adquirir una formación muy actualizada sobre las técnicas de posicionamiento natural de sitios web.

SEO son las siglas de Search Engine Optimization (**posicionamiento en buscadores** o **posicionamiento web**) y es la técnica cuyo objetivo es mejorar la visibilidad de un sitio web en los diferentes buscadores, como Google, o Bing de manera secundaria. Este proceso se realiza de manera orgánica, es decir, sin hacer uso de una plataforma publicitaria para lograr una posición destacada.

A lo largo del curso de **posicionamiento orgánico** (SEO) podrás, a través de ejercicios prácticos y usando las herramientas utilizadas actualmente, realizar auditorías web de negocios que ya están indexadas por Google o definir una estrategia de SEO desde cero para un negocio. Aprenderás qué aspectos tiene en cuenta Google, dónde tendrás que prestar más atención o dónde mejorar la web para hacer que alcances mejor ranking en la web.



Mª Eugenia Barrera

Introducción al posicionamiento web

Historia y antecedentes. Qué es y qué influye en SEO. Web semántica. Ejercicios Prácticos.

El buscador Google

Qué hace Google cuando indexa nuestro contenido. Algoritmos. Penalizaciones. White Hat SEO vs. Black Hat SEO.

La importancia de las palabras clave

Long tale Vs topic. Cómo hacer un Keyword Research y aplicarlo en nuestra estrategia. Ejercicios Prácticos.

Indexación en Google

Google Search Console: seguimiento del proyecto SEO.

SEO local con Google My business

Qué es. KPI's, ficha de empresa, actualizaciones. Ejercicios Prácticos.

SEO On-Page

Qué es. Qué debemos hacer. Título, Metadescripción. Microformatos Schema. Optimización On-Page. Aspectos técnicos para mejorar el posicionamiento. SEO usuario. Ejercicios Prácticos.

SEO Off-Page

Análisis del punto de partida. Cómo influye. Herramientas a tener en cuenta. Link Building. Ejercicios Prácticos.

Herramientas SEO

Google Trends, SERanking, Screaming Frog, Keyword Surfer.

Blogs

Blogs como sinónimo de conversación y contenido de valor. La blogosfera, tipos de blogs. Cómo crear un blog corporativo. Plataformas de creación de blogs: WordPress. Pautas de estilo: escribir para SEO, consejos al redactar para un blog. Uso de imágenes. Licencias Creative Commons. Bancos de imágenes para bloggers.



TRÁFICO ORGÁNICO

SEO

LANDING PAGE muy simples como nuestro diseño web y con palabras clave acorde a las búsquedas más usuales en este sector.

DISEÑO WEB muy sencillo y limpio, es una web con poco producto y muy personalizado.

PREVISUALIZACIÓN del resultado, así como la posibilidades de cambios en el mismo.

Mª Eugenia Barrera



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Estudiantes y profesionales cuyo objetivo es adquirir una formación de las plataformas de pago para posicionamiento web.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener unos conocimientos básicos de internet.

SEM. Marketing en buscadores

¿Quieres convertirte en un especialista en **marketing en buscadores**?

El Curso de **SEM** está dirigido a todos aquellos estudiantes y profesionales (webmasters, diseñadores web, responsables de Marketing Online y Community Managers) de Diseño Web, Publicidad y Marketing que necesitan promocionar sitios web a través de la plataforma de publicidad online más utilizada en todo el mundo: Google Ads. SEM son las siglas de **Search Engine Marketing** (marketing en buscadores).

El responsable de SEM es el encargado de invertir el presupuesto de marketing online de un empresa en plataformas publicitarias de los motores de búsqueda (como por ejemplo **Google Ads, Bing Ads, facebook Ads, Instagram Ads**) y trabaja creando y optimizando las campañas para maximizar el presupuesto y conseguir el máximo resultado. Combina estrategia y creatividad en su día a día.

En este curso de Google Adwords aprenderás de forma práctica a crear una **estrategia de campaña** para una empresa, la creación de las campañas, su optimización y la **creación de informes** de rendimiento de una forma **100% práctica**.



Cristina Martínez Simarro

SEM

Keywords	Promedio búsqueda mensual	Competitividad
Curso de cocina saludable	10-100	Alta
Curso de comida saludable	10-100	Alta
Taller de cocina saludable	10-100	Alta
Clases de cocina saludables	10-100	Alta
Cursos de cocina Madrid	1mil-10mil	Alta
Curso de cocina vegetariana	10-100	Media
Recetas de comida saludable	10-100	Media
Recetas de comida vegetariana	10-100	Alta
Comida saludables	100-1 mil	Media
Cocina vegetariana	10-100	Alta

Lucía Muñoz-Reja

FACEBOOK ADS

	IMPRESIONES	CTR	CLIC	Costo/CTR	CTR	IMPRESIONES	CTR	CLIC	Costo/CTR	CTR	IMPRESIONES	CTR	CLIC	Costo/CTR	CTR
Ad 1	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%
Ad 2	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%
Ad 3	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%
Ad 4	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%
Ad 5	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%	1000000	1.5%	15000	0.00015	1.5%

PREVISIONES

María Bermejo

Introducción a Google Ads Conceptos básicos

Marketing en buscadores, creación de una cuenta de Google Ads.

Conceptos clave y estructura de la campaña: cuentas, cuenta MCC (My Client Center), Estudio del Negocio a desarrollar y Optimización Web, campañas, grupos de anuncios.

Redes, tipos de campaña y ubicaciones publicitarias

Red de búsqueda y red de display. Soportes propios y soportes asociados. AdSense: cómo monetizar tus contenidos con publicidad. Tipos de campaña: búsqueda, display, Youtube y shopping.

Configuración de la campaña

Concepto de Keywords (Herramienta Planificador de palabras clave), Orientación geográfica y por idioma. Ofertas y presupuesto. Ofertas CPC, CPM, CPA. Posición y método de publicación. Fechas y programación horaria. Rotación de los anuncios. Configuración de parámetros de medición de resultados en las campañas. Configuración para dispositivos móviles. Tipos de campaña: Display, búsqueda, vídeo y shopping.

Grupos de anuncios

Elección de los grupos de anuncios. Estimador de tráfico de Google Ads. Límites de los grupos de anuncios.

Anuncios

Formatos de anuncios: Anuncios de texto (Search), Anuncios gráficos (Display), anuncios de vídeo, anuncios móviles, Anuncios de Rich Media. Extensiones de anuncios: extensiones de ubicación, teléfono y enlaces del sitio. Google Places. Elección de títulos, textos y URLs. TestA/TestB.

Palabras clave

Tipos de concordancia, herramienta de palabras clave de Google Ads, Segmentación de palabras por grupos de anuncios, Palabras clave principales, combinación de palabras clave, competencia, elección de palabras clave negativas. Nivel de calidad. Estado de las palabras clave. Evolución de palabras

y optimización: Estrategias de Puja.

Optimización de la campaña

Conversiones: definición y seguimiento de conversiones. Orientación a conversiones (CPA, Cpl, Llamada...). Thank You page. Interpretación de los datos de Google Ads. El ROI. Estrategias de optimización. Alertas. Historial de términos de búsqueda del usuario y orientación de los términos. Estrategias de Puja.

Herramientas de Google Ads

Historial de cambios. Herramienta para palabras clave. Estimador de tráfico. Herramienta de ubicación. Herramienta de ubicación contextual. Herramienta de vista previa y diagnóstico de anuncios. Edición de palabras clave negativas de la campaña. Exclusión de sitios y categorías. Remarketing. Enlace de listas de remarketing de Ads con la cuenta de Google Analytics. Exclusión de dirección IP. Facturación de Google Ads. Vinculación con Google Analytics: vinculación de cuentas, importación de conversiones, optimizador de sitios web. Google Ads Editor. Creación de Informes de rendimiento. Enlace de cuentas de Ads con Google Analytics.

Landing Page

Concepto de landing page. Como funciona e importancia de una Landing page. Elementos de la Landing page. Medición de conversiones.

Introducción a Social Ads

Anuncios en Instagram y Facebook.



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Estudiantes y profesionales que desean enfocar su carrera en la gestión de comunidades online.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener unos conocimientos básicos de internet.

Community Manager

Nuestro Curso de **Community Manager** está dirigido a todos aquellos estudiantes y profesionales (periodistas y redactores publicitarios) de **Publicidad y Marketing** que desean enfocar su carrera en la gestión de comunidades online. El Community Manager es la persona encargada de crear, gestionar y dinamizar una comunidad de usuarios en Internet y realiza su actividad dentro de las **redes sociales: facebook, twitter, youtube, linkedin**, etc. También debe participar en foros, grupos de discusión, así como crear y administrar contenidos en blogs corporativos.

La responsabilidad del Community Manager va más allá de gestionar las redes sociales. Dentro de un **plan de comunicación**, el community manager se convierte en el embajador de la marca a través de los distintas redes, proyecta un mensaje previamente definido en la **estrategia de comunicación** y, al mismo tiempo, es la persona responsable de identificar y seguir el peso y **reputación de la marca** en internet.

Este curso sigue una **metodología 100% práctica** donde aprenderás no solamente las herramientas sino el enfoque de comunicación necesario para hacer llegar el mensaje a tu audiencia, retenerla y ampliar el alcance de la marca en su público objetivo.



Juan Aparicio



Lydia Calero



Lydia Calero

Introducción a las Redes Sociales y el Community Management

¿Qué son las redes sociales? Breve historia de las redes sociales. ¿Qué es un Community manager? Funciones del Community manager. Perfiles en el área de Social Media. Herramientas del CM.

La estrategia de contenidos en social media

¿Cómo diseñar una estrategia en social media? Análisis de reputación online de una marca/persona. Diseño de la estrategia de contenidos en social media. Curación de contenidos/content curator.

Herramientas para el CM:

Diseño. Branded content/ Storytelling. Storytelling aplicado a un plan de contenidos.

Generación X, Y y Z (Millennials y Centennials)

Características clave para distinguir y detectar los distintos públicos y cómo se manejan en Redes Sociales. Cuales son las claves, códigos y lenguajes que los diferencian. Comportamiento y uso de redes.

Influencers

Tratamiento con influencers. Cómo detectarlos, analizarlos y comportarse con ellos. Herramientas para detectar influencers. Macro influencers y micro influencers.

Facebook

Introducción a Facebook. Facebook en España. ¿Para qué quieren los usuarios Facebook? ¿Qué puede hacer nuestra marca en Facebook? Perfiles, páginas y grupos: - Diseño de una Página.- Actualizaciones. - Pautas de estilo. - Ideas sobre contenido. - Facebook Insights. Marketing de contenidos en Facebook. Casos de éxito. Facebook Ads. Campañas de marketing en Facebook. Diseño de una campaña.

Instagram

Introducción a Instagram. Funcionamiento de Instagram para empresas. Creación de un perfil de empresa. Anuncios en Instagram. Instagram Stories.

YouTube

Diseño del canal. ¿Qué esperan los usuarios de nosotros en Youtube?. Fenómenos en YouTube. Viralización y Monitorización Youtube.

Monitorización

Monitorización en social media. Herramientas de monitorización: gratuitas y de pago. ¿Qué podemos medir? Engagement. Crisis de reputación online y cómo gestionarla.

Twitter

Introducción a Twitter. Twitter en España. ¿Para qué quieren los usuarios twitter? Trending Topics. Perfiles en Twitter. ¿Qué publicar en Twitter? Twitter como canal de atención al cliente. ¿Qué es un hahshtag? Listas en Twitter. Monitorizar en Twitter. Otras herramientas. Marketing en Twitter.

Linkedin

Introducción a Linkedin. ¿Qué podemos hacer en Linkedin? Creación de marca personal. Linkedin para empresas.

Pinterest

Pinterest. ¿Cómo usar Pinterest?. Interest para empresas. Analíticas y uso profesional.

TikTok

Monetización de la herramienta. Estrategias para subir contenido. Directos vs Contenidos. TikTok vs Historias de Instagram.

Twitch

Introducción y Monetización. La importancia del transmedia de contenidos en RRSS comenzando por Twitch. Chats y Directos. Tipos de canales.

Cómo ejecutar acciones de pago Instagram y Facebook: la importancia de reforzar el contenido orgánico con Social Ads.

Business Manager, configuración y uso del gestor comercial. Roles y permisos, gestión de activos. Administrador de anuncios. Segmentación del público objetivo. Tipos de campañas. Formatos de anuncios. Implementación del Pixel. Creación de conversiones y audiencias personalizadas. Remarketing. Reporting.