



¿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 diseño gráfico.

SALIDAS PROFESIONALES

- Diseñador Web
- Maquetador Web
- 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 web y marketing.

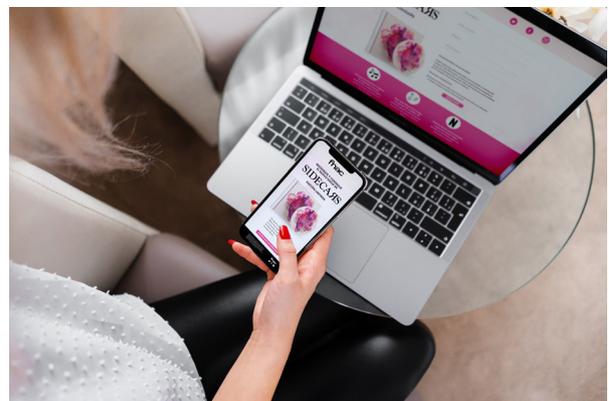
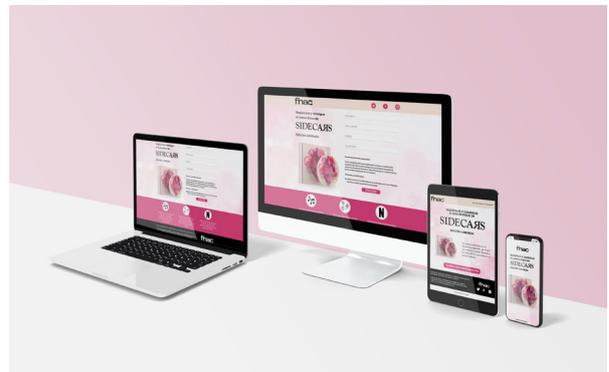
Máster Plus Diseño Web + Marketing Digital & RRSS

El Máster Plus de Diseño Web y Marketing Digital está compuesto por el **Máster Diseño Web** y el **Máster Marketing Digital & Redes Sociales**. Está dirigido a estudiantes de Publicidad, Marketing, Periodismo y Bellas Artes, Diseñadores Gráficos y profesionales que desean adquirir la formación práctica más completa que les capacite para trabajar en agencias de publicidad online.

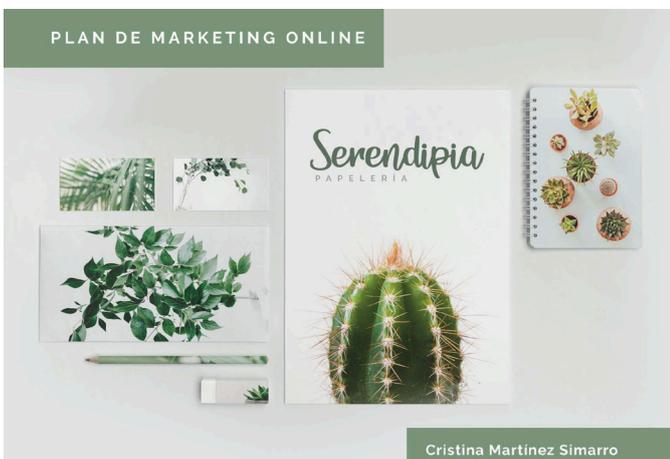


¿Qué aprenderás?

- Dominar el lenguaje HTML y CSS
- Aprender fundamentos de diseño web
- Tener recursos web JAVASCRIPT/JQUERY
- Editar plantillas en Wordpress
- Diseñar Web Responsive, Landing Pages, Mailing, News Letters
- Diseñar web con BOOTSTRAP
- Publicar proyectos web
 - Realizar un plan de Marketing Online
- Mejorar el posicionamiento web organico
- Hacer campañas en Google, Facebook, Instagram
- 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
- 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



Ainhoa Llorden



¿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 que desean empezar a formarse en diseño web y aprender sus fundamentos: el lenguaje HTML5 + CSS (Hojas de estilo)

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos de diseño gráfico básico.



Diseño Web Básico

¿Diseñar páginas web es tu pasión? ¿Y te gustaría convertir tu pasión en tu trabajo? ¿Necesitas saltar al mundo de ella web para aplicar tus capacidades profesionales? El **Curso de Diseño Web Básico** (fundamentos) está dirigido a personas con conocimientos básicos de diseño gráfico que desean comenzar su carrera hacia el diseño de páginas web. El objetivo del curso es enseñar al alumno los **conocimientos y fundamentos básicos en el diseño web: Lenguajes HTML5 + CSS** mediante el editor de código de moda: **Visual Studio Code**. También aprenderás el uso básico de **Google web designer** orientado a la creación de anuncios / banners publicitarios.

De esa manera los alumnos podrán contar con la base técnica indispensable que les permita comenzar a diseñar y desarrollar proyectos web. Sin un conocimiento básico de los fundamentos y herramientas es imposible acometer el diseño de un website de manera profesional. Este curso es fundamental para todos aquellos que quieran empezar a formarse en la especialidad del diseño web.

HTML + CSS

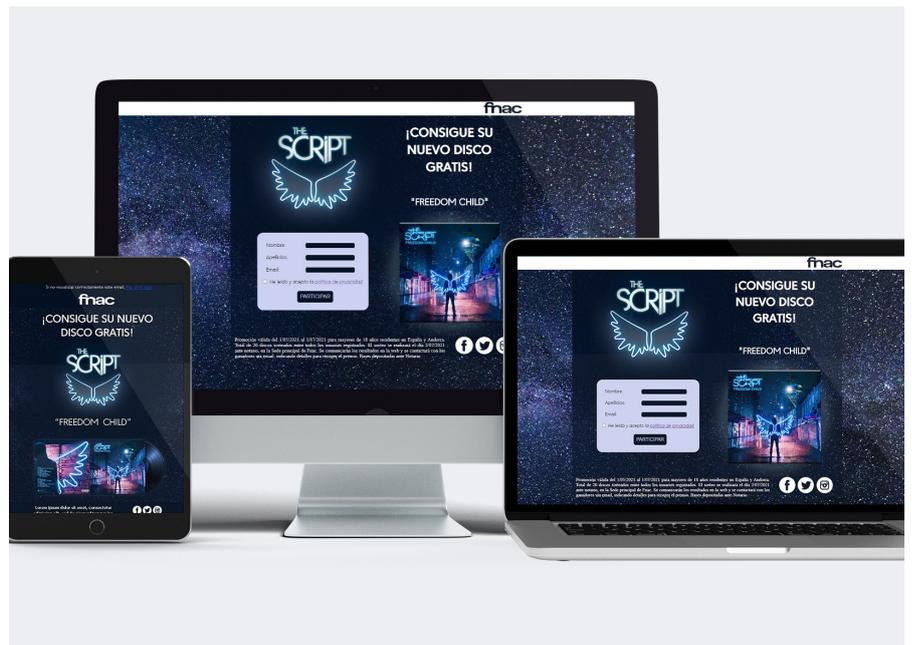
- Introducción al diseño web
- ¿Qué es una página web?
- Un poco de Historia. Evolución de la web. World Wide Web.
- Navegadores Web.
- El perfil del diseñador Web.
- Front end / Back end.
- Fundamentos para saltar a la web.
- Gama RGB y colores Hexadecimales.
- Tamaños en la web. El pixel.
- Anatomía básica de una página web.
- Planificación Web / Arquitectura de la web (Diagramas de flujo, Wireframes, maquetas, diseño estático...)
- Optimización de imágenes con Photoshop / Illustrator.
- Formatos de imagen de mapa de bits: JPG, GIF, PNG.
- Transparencia en imagen.
- Creación de banners GIF animados.
- Creación de Mockups web
- Organización de un sitio web / carpeta raíz.
- Precauciones en el nombramiento de archivos y carpetas
- Editor de código: **Visual Studio Code**
- Lenguaje Html: Hipertext markup language
- HTML5
- Terminología y Sintaxis



- Etiquetas básicas estructurales: html, head y body
- Etiquetas básicas de formato: h1, h2, h3, p, strong, a...
- Rutas relativas y absolutas
- Formateo de textos
- Insertar comentarios
- Jerarquía de la información
- Trabajar con imágenes
- Insertar vínculos internos y externos
- Vinculos a archivos (pdf, zip, imagenes...)
- Listas html
- Estilos por defecto de navegadores
- Embedir / insertar contenidos externos (videos youtube u otras plataformas, mapas de google, etc)
- Insertar y trabajar con tablas
- Hojas de estilo en cascada (CSS2):
- Estilos externos e internos
- Concepto de Herencia
- Tipos de selectores css: Selector de Etiqueta, Selector de Clase, Selector de ID y Selectores Compuestos
- Efectos rollover (compuesto :hover)
- El modelo de caja: tamaños, bordes, margin y padding
- Maquetación y creación de estructuras web con etiquetas DIV
- Concepto caja container 960px y concepto Fullwidth 100%
- Flotaciones y limpieza de flotaciones: Float y Clear
- Menús de navegación con listas html y css
- Catálogo de tipografías google web fonts
- Concepto Dominio y alojamiento (hosting), Servidor y FTP
- Conexión vía FTP con el Servidor para publicar archivos en la red. (Filezilla)
- Diseño y animación de anuncios / banners con Google web designer

Google Web Designer

- Animación HTML5
- Fundamentos, interfaz, paneles y tipos de proyectos
- Importación de elementos
- Modo de animación rápido (escena a escena)
- Modo avanzado (línea de tiempo)
- Transiciones de aceleración (easing)
- Repetición de animación en bucle infinito
- Inserción de vínculo a través de área de pulsación
- Diseño adaptable. Adaptación de banner a otros tamaños.
- Trabajar con plantillas



Nuria Rincón



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A estudiantes y profesionales con conocimientos básicos de diseño web que desean profundizar y ampliar sus conocimientos para trabajar en el ámbito del diseño web de manera profesional, para trabajar en un estudio de Diseño, agencia de publicidad o por cuenta propia como diseñador web freelance.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos de diseño web básico.

PORTFOLIO

Al término del curso el alumno se habrá configurado un portfolio formado por varios proyectos de diseño web: Campañas online (landing page, mailing / newsletter) y página web responsive.

Diseño Web Avanzado

¿Quieres impulsar tu carrera profesional dentro del diseño web? El Curso de **Diseño Web Avanzado** está dirigido a estudiantes y profesionales con conocimientos básicos de las herramientas de diseño web (HTML + CSS y Photoshop) y que desean profundizar en sus conocimientos para crear proyectos web profesionales.

En este curso profundizarás en el proceso de diseñar, construir e implementar proyectos web mediante el editor de código de moda **Visual Studio Code**: Creación de páginas web corporativas / promocionales, diseño web responsive, newsletters, emailings, landing pages., etc.

Utilizarás lenguajes y técnicas bajo estándares modernos: **HTML5, CSS3, flexbox, bootstrap, etiquetas multimedia html5...** y tendrás un pequeño contacto con otros lenguajes como php o javascript, desde un punto de vista útil y creativo.

A lo largo del curso se plantearan varios **proyectos web para poner en práctica todo lo aprendido** y que además serán muy útiles para tu **portafolio**, demostrando tu talento ante una entrevista de trabajo o un posible cliente.

FUNDAMENTOS DE DISEÑO WEB

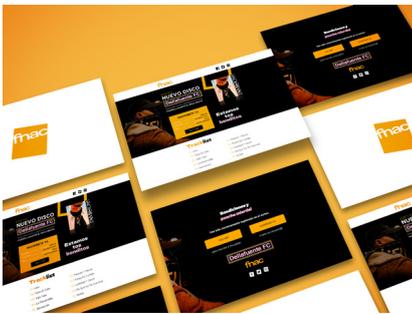
- Color: armonías y contrastes, combinaciones de color, el color psicológico...
- Tipografía en la web: Grandes Fuentes de familia, consejos de tipografía en la web, técnicas para su implementación...
- Composición: Conceptos de maquetación web, tendencias, retículas...
- Usabilidad Web: pensar en el usuario

PROYECTOS WEB HTML5 / CSS3

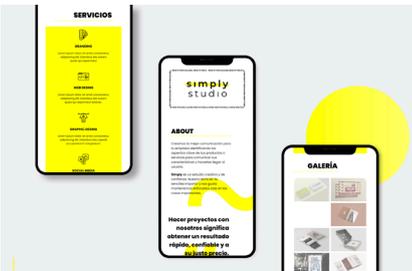
- Planificación, diseño y desarrollo de proyectos web bajo estándares web actuales.
- Etiquetas semánticas: Header, nav, main, section, article, footer...
- Etiquetas Audio y video.
- Videos de fondo en páginas web.
- Conversores de formato online
- Imágenes vectoriales SVG



Patricia Santamaria



Silvia Quintas



Alba Rubio



Ignacio Hidalgo

- Recurso web iconos Fontawesome.
- Propiedades CSS3 Avanzadas
- Menús complejos
- Menús desplegables
- Efectos rollover
- Posiciones CSS: estática, relativa, absoluta y fija
- Propiedades Overflow y Z-index
- Formulario de contacto (Campos de texto, Areas de texto, casillas, Botón...)
- Envío de formulario mediante lenguaje PHP
- Hojas de estilo CSS3
- Uso de prefijos y recursos web
- Bordes redondeados, opacidades, sombras...
- Transiciones
- Transformaciones (escala, rotación, sesgo...)
- Animaciones con CSS
- Maquetación avanzada de contenidos
- Especificidad y propiedad !important
- Vertical scrolling
- Página web "Onepage"
- Herramientas online útiles para el desarrollo web
- Flexbox: Cajas flexibles con CSS3
- Maquetación con sistema de rejilla del framework Bootstrap.

JQUERY: RECURSOS WEB Y FUNCIONES ÚTILES

- Conocer y utilizar recursos web y funciones útiles a través del lenguaje JQuery (Librería de javascript), que nos permitirá crear sliders, galería de fotos y otros mecanismos interesantes.
- Funciones internas y externas
- Conexión local y online con JQuery
- Galerías de imágenes
- Galería Lightbox
- Efectos
- Sliders
- Sistema de anclajes animados...
- Mecanismos y funcionamientos de menús

DISEÑO WEB PARA DISPOSITIVOS MÓVILES

- Claves y consideraciones diseñando para móviles /Tablets
- Controlando el área de pantalla con Meta etiqueta Viewport
- Usabilidad en dispositivos móviles
- Menús desplegables

DISEÑO DE MAILING

- E-mail marketing - Newsletter - E-mailing.
- Estructura mediante tablas
- Particularidades a la hora de maquetar mailing en html
- Estilos css en linea
- Rutas absolutas a imágenes
- Envío de mailing

LANDING PAGES:

- Páginas de aterrizaje.
- Concepto y anatomía básica.
- Claves
- La llamada a la acción (Call to action)
- Formularios de registro
- Diseño y desarrollo de Landing Page

DISEÑO WEB RESPONSIVE

- Claves y particularidades del diseño web responsive.
- Pensando en múltiples dispositivos.
- Maquetación flexible con porcentajes.
- Unidades relativas para textos (porcentajes, em, vw...)
- Estableciendo límites con max-width y min-width.
- Imágenes y fondos reescalables.
- Recursos para diseño responsive.
- Meta etiqueta Viewport.
- Media Queries / breakpoints: estilos css según el tamaño del dispositivo

FRAMEWORK BOOTSTRAP: SISTEMA DE REJILLA

- Estructura y maquetación a través del sistema de rejilla (Grid system) de Bootstrap.
- Media queries en bootstrap.
- Filosofía mobile first.



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

El Curso de Diseño Web WordPress está dirigido a estudiantes y profesionales de Diseño Web, Publicidad y Marketing que están interesados en dominar una tecnología avanzada que permite editar el contenido de un sitio web de manera profesional, sencilla y eficaz.

REQUISITOS

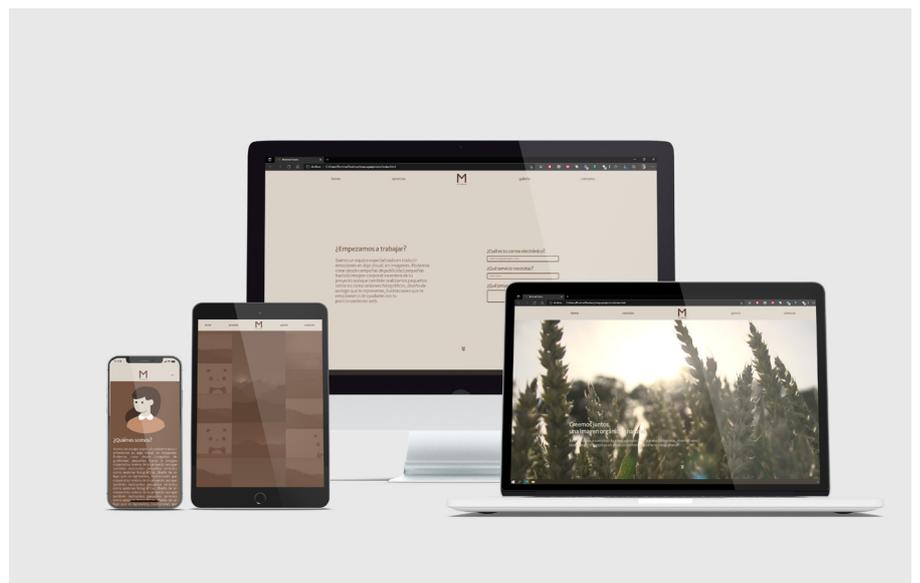
Ser mayor de edad.

Para hacer el curso de wordpress se requiere tener un manejo ágil del ordenador y soltura en internet. Si tienes un conocimiento básico de diseño web, publicidad online o marketing, no tendrás problemas. Idealmente es interesante tener conocimientos de html y css, así como tener claro que es dominio y hosting, o como se gestiona un panel de control. Pregúntanos y te orientaremos.



Diseño Web Wordpress

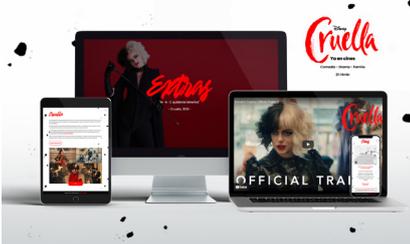
WordPress se ha convertido en una herramienta muy potente y demandada en el diseño web, que facilita la gestión de contenidos y permite a casi cualquier persona autogestionar los contenidos de su web sin grandes conocimientos técnicos. Wordpress triunfa gracias a sus cientos de plantillas personalizables y una gran variedad de plugins que permiten realizar todo tipo de funciones. Dominarás el escritorio de Wordpress y la creación de contenidos a través del editor clásico **Gutenberg** o constructores visuales más potentes y populares como **Elementor**. Y te sorprenderás conociendo la que para muchos es la mejor plantilla premium de **WordPress: Divi**.



Romina Yupanqui



Romina Yupanqui



Silvia Quintas



Miriam Chia



Alba Rubio

INTRODUCCIÓN

- CMS - Gestor de contenidos.
- No es lo mismo wordpress.com que wordpress.org
- BBDD base de datos.
- Instalación de wordpress en Hosting.
- Necesidades técnicas para la instalación.
- Instalación manual / Instalación rápida.
- Escritorio de wordpress.
- Parte pública y parte privada (escritorio de wordpress)

CONTENIDO

- Nuevo editor Gutenberg - Trabajar con bloques
- Diferencia entre entradas y páginas
- Creación de entradas (contenido tipo blog)
- Categorías y subcategorías
- Etiquetas
- Imagen destacada
- Permitir y gestionar comentarios
- Medios / Biblioteca (gestión de imágenes y archivos multimedia)
- Creación de páginas
- Embedir contenidos en Wordpress (videos, mapa...)
- Uso de shortcodes
- Enlaces permanentes / permalinks

MENUS

- Creación del menu principal / primario
- Tipos de elementos de menú (Páginas, categorías, enlaces personalizados y entradas)
- Creación de Submenús (desplegables)
- Usos de menú y su ubicación en la plantilla

SIDEBAR y WIDGETS

- Tipos de Widgets
- Usos y características
- Qué son los Sidebars / zonas de widgets
- Usos de Widgets en diferentes Sidebars
- Concepto Fullwidth / No sidebar

PLANTILLAS / THEMES

- Instalación de temas
- Búsqueda en Wordpress (repositorio gratuito)

- Recursos y páginas de plantillas Wordpress
- Aspectos a tener en cuenta en la elección de una plantilla.
- Personalización básica de plantillas
- Opciones extras de plantillas (Layout, esquemas de color, tipografías...)
- Personalización de una plantilla mediante CSS
- Editor de temas
- Estructura de una Plantilla (header.php, index.php, footer.php, styles.css...)
- Trabajar con plantillas hijas (Child Themes)
- Plantillas premium: Conociendo DIVI

PLUGINS

- Instalación y configuración de plugins
- Búsqueda en Wordpress (repositorio gratuito).
- Plugins Imprescindibles.
- Maintenance mode.
- Aviso de cookies.
- Plugins nuevos bloques Gutenberg (Atomic blocks, Kadence blocks, etc)
- Plugins formularios de contacto (Contact form 7, Nija Forms, Simple form...)
- Plugin ELEMENTOR.
- Tienda Online con Plugin Woocommerce.

USUARIOS

- Creación y gestión de Usuarios
- Perfil de usuario
- Niveles de privilegios (Administrador, Editor, Autor, Colaborador...)

MIGRACIÓN

- Mover/duplicar un proyecto wordpress de un posting a otro.
- Copia de seguridad de un proyecto wordpress
- Exportar la base de datos
- Descarga de los archivos del proyecto por FTP
- Modificación de rutas en la base de datos
- Actualización de archivo config.php
- Revisión y ajustes tras la migración.



¿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 Comunity 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 tail 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**.



¿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 las 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.

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 gestionirlas.

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?. Pinterest 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.

