

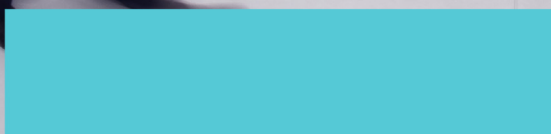


EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



inesem
business school

Máster en Marketing, Publicidad y Diseño + 5 Créditos ECTS





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
INESEM

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir
Euroinnova

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Más de un

90%

tasa de
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



Leaders driving change
Elige Inesem



QS, sello de excelencia académica
Inesem: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



Ver en la web

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales



Relaciones internacionales



Acreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Inesem es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin intereses de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Protección al
Comprador

Ver en la web

Máster en Marketing, Publicidad y Diseño + 5 Créditos ECTS



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: • Master en Marketing, Publicidad y Diseño. Expedida por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. (INESEM). "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad." • Titulación Propia Universitaria en Design Thinking. Titulación Propia Expedida por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS.

[Ver en la web](#)



Descripción

La integración del marketing, la publicidad y el diseño es necesaria en las empresas para elaborar estrategias coherentes y efectivas con sus públicos. Establecer una estrategia aunando el mundo offline y el entorno online es crucial para adaptarse a la nueva realidad y aprovechar todo el potencial que ofrece Internet. Conocer las nuevas técnicas de marketing, publicidad y diseño requieren comprender, en primer lugar, al nuevo perfil de usuario como consecuencia del entorno online y adaptar la estrategia empresarial a sus necesidades, ofreciéndole aquello que necesita en el momento justo.

Objetivos

Adquirir los conocimientos referentes marketing estratégico. Conocer diferentes estrategias de posicionamiento web. Analizar las claves de la publicidad, marketing y gestión comercial. Profundizar en la creatividad publicitaria. Crear y gestionar la marca en el entorno digital. Dominar las técnicas propias del Design Thinking.

A quién va dirigido

El Máster en Marketing, Publicidad y Diseño de INESEM te capacita para trabajar como Director en Departamento de Marketing, Director en Departamento de Comunicación, experto en técnicas publicitarias, consultor de marketing y Publicidad, especialista en Design Thinking, especialista en mobile marketing, posicionamiento web y estrategias de branding y diseño.

Para qué te prepara

El Master en Marketing, Publicidad y Diseño es clave para obtener una visión global aplicable a la estrategia de la empresa que desee adaptarse al escenario actual. Tras finalizar el programa el alumnado será capaz de trazar estrategias de marketing, comunicación y diseño alineadas con los objetivos empresariales globales, entendiendo la visión estratégica del marketing, el entorno online y las técnicas publicitarias y de diseño recomendadas.

Salidas laborales

El Máster en Marketing, Publicidad y Diseño de INESEM te capacita para trabajar como Director en Departamento de Marketing, Director en Departamento de Comunicación, experto en técnicas publicitarias, consultor de marketing y Publicidad, especialista en Design Thinking, especialista en mobile marketing, posicionamiento web y estrategias de branding y diseño.

TEMARIO

MÓDULO 1. MARKETING ESTRATÉGICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO

1. Proceso de planificación estratégica
2. El papel del marketing en la empresa
3. Análisis de situación y estrategias de marketing
4. La orientación al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori o posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1. Introducción
2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. El concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y el intercambio de la marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
2. El proceso de la cultura
3. Semejanzas y diferencias de los valores culturales
4. El proceso de decisión del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO

1. Conceptualización del posicionamiento en el mercado
2. Elementos del posicionamiento
3. Estrategias de posicionamiento
4. Fases y mapas de posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REPUTACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

1. Personalidad y estructura de marca
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marcas de producto
4. La imagen como comunicadora

5. Reputación corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
2. El diseño del plan de marketing: principales etapas
3. La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
4. Desarrollo del plan de marketing

MÓDULO 2. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. Wordpress y Woocommerce
4. Prestashop y Magento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. KEYWORD RESEARCH

1. Introducción
2. Tipo de Keywords
3. SEMrush
4. Sixtrix
5. LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6. Herramientas gratuitas
7. Extensiones para Chrome

UNIDAD DIDÁCTICA 5. AUDITORIA ON PAGE

1. Auditoria de indexabilidad
2. Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3. Monitorización de marca

4. Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5. Códigos de estado y Protocolo
6. Análisis Log
7. Análisis de la taxonomía web

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LINKBUILDING

1. Introducción al linkbuilding
2. Principales técnicas de linkbuilding
3. Estrategia de linkbuilding natural
4. Linkbuilding con Ahrefs
5. Auditoria Off- Page

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LINKBAITING

1. Introducción al linkbaiting
2. Directorios
3. Blog, foros y redes sociales
4. Storytelling
5. Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESCENARIOS SEO

1. SEO local
2. SEO internacional
3. SEO para apps: ASO
4. SEO para Amazon Marketplace
5. SEO en Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEO PARA WORDPRESS

1. Instalación y configuración inicial
2. Estrategia social
3. Sitemaps
4. Permalinks
5. Las rutas de exploración
6. Modificación de RSS
7. Bulk Editor de títulos y descripciones
8. Editor de archivos
9. Aplicación SEO en posts y páginas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a la analítica web
2. Funcionamiento Google Analytics
3. Instalación y configuración de Google Analytics
4. Configuración de las vistas mediante filtros

MÓDULO 3. PUBLICIDAD Y MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La comunicación Comercial
2. El mix de comunicación comercial
3. La comunicación global de la empresa: Identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

1. Definición de Publicidad
2. Procesos de Comunicación Publicitaria
3. Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

1. Necesidad del Departamento de Publicidad de la Empresa
2. Funciones del Departamento de Publicidad
3. Determinación de l presupuesto publicitario
4. La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

1. La agencia de Publicidad
2. Organigrama de una Agencia Publicitaria
3. Clasificación de las Agencias
4. El Fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1. Concepto y Clasificación
2. Medios Publicitarios
3. Internet y la Publicidad
4. Animación y Marketing
5. Telemarketing
6. Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. Introducción
2. El Cliente actual
3. El Cliente Potencial
4. Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

1. Componentes de un Sistema de Información de Marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

MÓDULO 4. CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. ¿Qué es la creatividad?
2. Estudio de la creatividad
3. Importancia de la motivación en la creatividad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREATIVIDAD PUBLICITARIA

1. Creatividad en agencias de publicidad
2. El departamento creativo
3. Estrategia publicitaria y estrategia creativa
4. Beneficios de la creatividad en publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

1. El brainstorming
2. Googlestorming
3. Cuestionario o listado de preguntas
4. Método SCAMPER
5. Lista de atributos
6. Mapas mentales o pensamiento radial
7. Análisis metamórfico
8. Técnica
9. Técnica xx
10. Creative Problem solving
11. Sinéctica
12. Pensamiento lateral
13. Storyboarding
14. Técnica de Grupo Nominal
15. Flor de Loto
16. Seis sombreros para pensar

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO

1. Preparación
2. Incubación
3. Iluminación
4. Evaluación
5. Implementación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CREATIVIDAD EN LOS MEDIOS

1. Creatividad en medios convencionales
2. Creatividad en medios no convencionales

MÓDULO 5. MARKETING EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INFLUENCIAS DEL CONSUMIDOR

1. Influencias internas

2. Influencias externas
3. Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING SENSORIAL

1. Del comprador sensorial al cliente recurrente
2. El cliente como prescriptor
3. El circuito de la dopamina
4. Efectos del marketing ante estímulos psicológicos
5. Proceso de cambio de los hábitos de consumo
6. Generación de ventas recurrentes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NEUROMARKETING ESTRATÉGICO

1. Segmentación de mercado
2. Neurosegmentación
3. La demanda en el neuromarketing estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE NEUROMARKETING

1. Electroencefalografía (EEG)
2. Resonancia Magnética Cerebral
3. Técnicas de Imagen Tomográfica TAC y PET
4. Face Reading y Medidas Fisiológicas
5. Eye- Tracking

MÓDULO 6. MOBILE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS DEL MOBILE MARKETING

1. Introducción y antecedentes
2. Creación de valor y fases de la movilidad
3. El móvil como herramienta publicitaria
4. Campañas Push y Pull
5. Categorías del marketing móviles
6. Grados de interacción
7. Entornos de la movilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ECOSISTEMA, TECNOLOGÍAS MÓVILES Y TENDENCIAS

1. Introducción
2. Smartphones y tabletas
3. Los SDK
4. Sistemas operativos móviles
5. Innovación móvil (inteligencia artificial, voice search, biometría)
6. Tecnología Blockchain
7. NFC
8. Beacons

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIA MOBILE

1. Diseño adaptado a dispositivos móviles: Responsive Design
2. Móvil y Marketing Mix
3. Plan estratégico mobile: Estrategia SoLoMo
4. Formatos de publicidad móvil
5. Mobile Adserver
6. Mobile Advertising
7. Integración online y mobile

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL NEGOCIO MOBILE MARKETING Y APPS

1. Internet tradicional vs Mobile
2. Micromomentos de consumo
3. Tecnología Parsing FIT
4. Aplicaciones móviles
5. Estrategia en apps
6. Contenidos orientados a apps
7. Modelos de negocios en aplicaciones
8. Promoción de aplicaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TELEVISIÓN Y MÓVILES

1. Introducción
2. Televisión y dispositivos móviles
3. Contenidos para televisión móvil
4. Técnicas y estándares de la televisión móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANALÍTICA MOBILE

1. introducción al mobile analytics
2. Google Analytics Mobile
3. Mobile Analytics vs Web Analytics
4. Herramientas y seguimiento mobile
5. Claves para la medición en marketing móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GEOLOCALIZACIÓN

1. Introducción
2. Sistemas de geolocalización
3. Trabajar la geolocalización
4. Desarrollo de promociones
5. Ubicuinformación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. USUARIO MOBILE

1. Tendencias de consumo móvil
2. Prosumer
3. La generación Touch o Táctil
4. Hiperconectividad

5. El móvil en el Customer Journey
6. Usuario multitasking o multitarea
7. Periodismo ciudadano y mobile

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MOBILE SOCIAL MEDIA

1. Redes sociales
2. Estrategia social media orientada a móviles
3. Atención al cliente en social media
4. Publicidad social
5. Monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 10. M- COMMERCE

1. Introducción al comercio móvil
2. Mobile Ecommerce Payments
3. Sistemas de seguridad
4. Mobile Business: Freemium, Premium y Suscripciones
5. Mobile Shopping y Showrooming
6. ASO (App Store Optimization) y Growth Mobile

MÓDULO 7. DESIGN THINKING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREATIVIDAD

1. La creatividad y las ideas
2. Elementos de la creatividad
3. Tipos de creatividad y pensamiento
4. Habilidades creativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD

1. Desarrollo de las habilidades creativas
2. Barreras emocionales y cognitivas
3. La interrogación conduce a la creación
4. El uso del azar para crear ideas
5. Herramientas para la generación y combinación de ideas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PENSAMIENTO CREATIVO

1. Definición de pensamiento creativo
2. Pensamiento creativo e innovación
3. Principios de la innovación
4. Lateral Thinking

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

1. Concepto de Design Thinking
2. Historia y evolución del Design Thinking
3. Áreas de aplicación y potenciales beneficios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PROCESO EN DESIGN THINKING

1. Creatividad y desarrollo de nuevos productos
2. Premisas fundamentales
3. El proceso de innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE EMPATÍA, EL DESCUBRIMIENTO

1. Empatía: la fase de descubrimiento
2. Investigación de mercado
3. Investigación de users
4. Gestión de la información
5. Grupos de investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y DELIMITACIÓN DEL PROYECTO

1. La fase de definición
2. Desarrollo del proyecto
3. Gestión del proyecto
4. Cierre del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DESARROLLO DEL PROYECTO, IDEA Y PROTOTIPO

1. El proceso de desarrollo
2. Trabajo multidisciplinar
3. Métodos de desarrollo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TESTEO Y ENTREGA DEL PROYECTO

1. El proceso final
2. Testeo final
3. Aprobación y lanzamiento
4. Medición del impacto y feedback

UNIDAD DIDÁCTICA 10. METODOLOGÍA EN DESIGN THINKING (I)

1. Stakeholders Map
2. Inmersión Cognitiva
3. Interacción constructiva
4. Mapa mental
5. Moodboard
6. Observación encubierta
7. ¿Qué, Cómo y por qué?
8. Entrevistas
9. Scamper
10. Visualización empática
11. World Café
12. Mapa de interacción
13. Personas
14. Mapa de empatía

15. How might we...?
16. Saturar y agrupar
17. Compartir y documentar historias

UNIDAD DIDÁCTICA 11. METODOLOGÍA EN DESIGN THINKING (II)

1. Perfil de usuario
2. Card Sorting
3. Maquetas
4. Mapa de ofertas
5. Actividades de reactivación
6. Brainstorming
7. Brainwriting
8. Storytelling
9. Consejo de sabios
10. Impact Mapping
11. Lego® Serious Play®
12. Flor de loto
13. Customer journey map

UNIDAD DIDÁCTICA 12. METODOLOGÍA DESIGN THINKING (III)

1. Dibujo en grupo
2. Evaluación controlada
3. Matriz de motivaciones
4. Role Play
5. Prototipado en bruto
6. Prototipado en imagen
7. Storyboard
8. System Map
9. Casos de Uso
10. Prototipado de la experiencia
11. Prototipado del servicio
12. Póster
13. Prueba de usabilidad

MÓDULO 8. TRATAMIENTO Y RETOQUE DE IMÁGENES: PHOTOSHOP

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESENTACIÓN

1. Presentación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS BÁSICOS

1. Novedades del programa
2. Tipos de imágenes
3. Resolución de imagen
4. Formato PSD
5. Formatos de imagen

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ÁREA DE TRABAJO

1. Abrir y guardar una imagen
2. Crear un documento nuevo
3. Área de trabajo
4. Gestión de ventanas y paneles
5. Guardar un espacio de trabajo
6. Modos de pantalla
7. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PANELES Y MENÚS

1. Barra menú
2. Barra de herramientas
3. Opciones de Herramientas y barra de estado
4. Ventanas de Photoshop I
5. Ventanas de Photoshop II
6. Zoom y mano y ventana navegador
7. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HERRAMIENTAS DE SELECCIÓN

1. Herramientas de selección
2. Herramienta marco
3. Opciones de marco
4. Herramienta lazo
5. Herramienta Varita
6. Herramienta de selección rápida
7. Herramienta mover
8. Sumar restar selecciones
9. Modificar selecciones
10. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS DE DIBUJO Y EDICIÓN

1. Herramientas de dibujo y edición
2. Herramienta Pincel
3. Crear pinceles personalizados
4. Herramienta lápiz
5. Herramienta sustitución de color
6. Herramienta pincel historia
7. Herramienta pincel histórico
8. Herramienta degradado
9. Herramienta bote de pintura
10. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HERRAMIENTAS DE RETOQUE Y TRANSFORMACIÓN

1. Herramientas de retoque y transformación

2. Herramienta recortar
3. Herramienta sector
4. Cambiar el tamaño del lienzo
5. Herramienta pincel corrector puntual
6. Herramienta ojos rojos
7. Tampón de clonar
8. Herramienta borrador
9. La Herramienta desenfocar
10. Herramienta sobreexponer y subexponer
11. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CAPAS

1. Conceptos básicos de capas
2. El panel capas
3. Trabajar con capas I
4. Trabajar con capas II
5. Alinear capas
6. Rasterizar capas
7. Opacidad y fusión de capas
8. Estilos y efectos de capa
9. Capas de ajuste y relleno
10. Combinar capas
11. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TEXTO

1. Herramientas de texto
2. Introducir texto
3. Cambiar caja y convertir texto
4. Formato de caracteres
5. Formato de párrafo
6. Rasterizar y filtros en texto
7. Deformar texto
8. Crear estilos de texto
9. Relleno de texto con una imagen
10. Ortografía
11. Herramienta máscara de texto y texto D
12. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. HERRAMIENTAS DE DIBUJO

1. Herramientas de dibujo
2. Modos de dibujo
3. Herramienta pluma
4. Ventana trazados
5. Subtrazados
6. Convertir trazados en selecciones
7. Pluma de forma libre

8. Capas de forma
9. Herramienta forma
10. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. REGLAS, ACCIONES, FILTROS Y CANALES

1. Reglas, guías y cuadrícula
2. Herramienta regla
3. Acciones
4. Filtros
5. Objetos inteligentes
6. Canales
7. Máscara rápida
8. Canales Alfa
9. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 12. TRANSFORMAR IMÁGENES Y GRÁFICOS WEB

1. Transformación de una imagen
2. Deformar un elemento
3. Tamaño de la imagen
4. Resolución imagen y monitor
5. Rollover
6. Los sectores
7. Tipos de sectores
8. Propiedades de los sectores
9. Modificar sectores
10. Optimizar imágenes
11. Guardar para web
12. Generar recursos de imagen
13. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. IMPRESIÓN

1. Impresión
2. Impresión de escritorio
3. Pruebas de color en pantalla
4. Perfiles de color
5. Imprimir una imagen
6. Preparación de archivos para imprenta
7. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. 3D

1. Fundamentos D
2. Herramientas de objeto y de cámara D
3. Creación de formas D
4. Descripción general del panel D
5. Prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 15. VÍDEO Y ANIMACIONES

1. Capas de vídeo e importar vídeo
2. El panel Movimiento
3. Animación a partir de una secuencia de imágenes
4. Animaciones de línea de tiempo
5. Guardar y exportar
6. Prácticas

MÓDULO 9. PROYECTO FINAL DE MÁSTER

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Teléfonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web

