

# Experto Universitario Copywriting





## Experto Universitario Copywriting

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las Ciencias Sociales, la Comunicación, Administrativas y Empresariales

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-copywriting](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-copywriting)

# Índice

01

Bienvenida

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 6*

03

¿Por qué nuestro programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 20*

06

Metodología de estudio

---

*pág. 28*

07

Perfil de nuestros alumnos

---

*pág. 38*

08

Dirección del curso

---

*pág. 42*

09

Impacto para tu carrera

---

*pág. 46*

10

Beneficios para tu empresa

---

*pág. 50*

11

Titulación

---

*pág. 54*

# 01 Bienvenida

El objetivo de toda empresa es conseguir buenos resultados de venta, sin embargo, llevar esta meta a entornos digitales, requiere de una estrategia basada en el empleo de un lenguaje específico donde predominan los valores de marca y los beneficios de los productos. Un escenario donde el *Copywriting* se ha hecho fuerte en la captación de clientes y acciones de compra a través de contenido persuasivo y creativo. Ante esta realidad, TECH ha creado esta titulación que impulsa a los profesionales a poder adquirir las técnicas precisas para poder elaborar mensajes cautivadores, crear historia de marca e impulsar su carrera como *copywriter* en agencias de comunicación de primer nivel o freelance. Todo en un formato académico 100% online y con un temario impartido por los mejores expertos.



Experto Universitario en Copywriting.  
TECH Universidad



“

*Este Experto Universitario te proporciona el conocimiento más actual y avanzado sobre Copywriting”*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

*TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”*

## En TECH Universidad



### Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



### Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

**95%**

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



### Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

**+100.000**

directivos capacitados cada año

**+200**

nacionalidades distintas



### Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

**+500**

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



### Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



### Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



### Análisis

---

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



### Excelencia académica

---

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



### Economía de escala

---

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



### Aprende con los mejores

---

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



*En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico”*

03

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

*Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”*

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

### Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

*El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.*

02

### Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

*Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.*

03

### Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

*Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.*

04

### Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

*El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.*

05

### Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

*Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.*

06

### Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

*El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.*

07

### Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

*Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.*

08

### Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad.

*Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.*

# 04 Objetivos

Esta titulación universitaria dará al alumnado el conocimiento necesario sobre el quehacer de un *copywriter*, las técnicas de redacción persuasiva que emplea para el marketing de contenidos y de redes sociales, así como la creación de un manual de identidad verbal. Un compendio de materias que logrará el egresado dominar tras los 6 meses de duración de este programa y bajo la tutorización de excelentes especialistas en este campo.



“

*Genera contenido persuasivo en tus redes sociales a través de las fórmulas más efectivas en la redacción de Copywriting”*

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.  
Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El Experto Universitario en Copywriting capacitará al alumno para:

01

Identificar los principios de la persuasión

02

Aprender más de 12 fórmulas diferentes de *copywriting*

03

Redactar titulares de manera efectiva

04

Identificar para qué sirve y cómo crear un *storytelling*



05

Aprender a curar contenidos de manera profesional

06

Conocer qué es un Manual de Identidad Verbal y para qué sirve

07

Descubrir los 12 arquetipos de Jung

08

Conocer qué debe incluir un Manual de Identidad Verbal



09

Descifrar la personalidad de una marca

12

Aprender las claves para redactar una historia de marca

10

Saber qué es y para qué sirve un Manifiesto de marca

13

Conocer qué es el marketing de contenidos y cómo aplicar el *copywriting* en su estrategia

11

Gestionar el universo verbal de una marca

14

Aprender las particularidades de las principales redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Twitter) y a redactar los mensajes en ellas de la manera más eficaz

15

Describir las particularidades de los guiones de vídeo y los podcasts, y a redactarlos de una forma eficaz

18

Conocer qué son y cómo se utilizan las *keywords*

16

Aprender a redactar artículos de blog

19

Crear un calendario de contenidos

17

Gestionar y redactar todos los mensajes que intervienen en la experiencia online del cliente

20

Profundizar en la medición de los resultados

05

# Estructura y contenido

Este Experto Universitario aglutina en cuatro módulos el conocimiento más actual sobre el quehacer diario de un *copywriter*, sus técnicas de trabajo, la creación de contenidos para redes sociales y generación de marca. Un plan de estudio diseñado por especialistas de primer nivel en el sector, que impulsarán la trayectoria profesional del alumnado en este ámbito y le permitirá liderar estrategias de venta en entornos digitales con éxito.



“

*Las píldoras multimedia, las lecturas especializadas o los casos de estudio estarán a tu disposición las 24 horas del día”*

## Plan de estudios

El alumnado que curse esta titulación universitaria efectuará un recorrido académico de 6 meses de duración de aprendizaje intensivo, que le llevará a cumplir sus máximas aspiraciones en el sector *Copywriting*.

Se trata de un programa avanzado, que le llevará a conocer las particularidades del trabajo desempeñado por el *copywriter*, las diferentes técnicas empleadas para la redacción de contenido persuasivo, el marketing generacional o el *neurocopywriting*. Una profundización que realizará de manera mucho más atractiva gracias a los vídeo resúmenes de cada tema, los vídeos en detalle, las lecturas esenciales o los casos de éxito mostrados.

Un amplio abanico de recursos pedagógicos que le llevará a poder crear la identidad verbal de una marca de modo efectiva o a adaptar el contenido a las principales redes sociales del momento. Todo, siempre bajo el acompañamiento de un equipo docente con extenso dominio del sector.

De esta forma, el profesional conseguirá emprender acciones de venta en entornos digitales, que beneficien a sus negocios o bien a aquellos a los que ofrece sus servicios como freelance.

Una excelente oportunidad de progreso que ofrece TECH mediante un Experto Universitario, único en el panorama académico. Y es que, sin presencialidad, ni clases con horarios fijos, este programa se presenta como el idóneo para compatibilizar las responsabilidades diarias con una enseñanza de calidad.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 4 módulos:

### Módulo 1

El *Copywriting*: qué es, cómo se aprende y qué posibilidades ofrece

### Módulo 2

Las técnicas del *Copywriting*

### Módulo 3

Manual de Identidad verbal e historia de marca

### Módulo 4

*Copywriting* para marketing de contenidos y redes sociales

### ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Copywriting de manera totalmente online. Durante las 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

*Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.*



**Módulo 1. El Copywriting: qué es, cómo se aprende y qué posibilidades ofrece**

**1.1. Descubriendo el Copywriting**

- 1.1.1. Qué es y qué no es *Copywriting*
- 1.1.2. La profesión del *copywriter* actual
- 1.1.3. Dónde se puede aplicar *Copywriting*
- 1.1.4. Qué hace el *Copywriting* por una marca

**1.2. Aprendiendo a redactar**

- 1.2.1. Lengua oral vs. Lengua escrita
- 1.2.2. Recomendaciones gramaticales
- 1.2.3. Recursos expresivos
- 1.2.4. Aspectos ortográficos

**1.3. Entrenándote para escribir**

- 1.3.1. 10 maneras distintas de contar
- 1.3.2. La construcción del texto
- 1.3.3. Ejercicios para poner el cerebro en modo palabras
- 1.3.4. Disparadores de ideas
- 1.3.5. Las asociaciones forzadas
- 1.3.6. Transiciones

**1.4. La etapa de investigación**

- 1.4.1. Por qué la investigación será tu mejor aliada
- 1.4.2. Distintas herramientas para obtener información
- 1.4.3. El arte de crear cuestionarios
- 1.4.4. Investiga por tu cuenta
- 1.4.5. Cómo organizar la información recabada

**1.5. Definiendo al cliente ideal**

- 1.5.1. ¿El cliente ideal es todo el mundo?
- 1.5.2. Principales características
- 1.5.3. Tipología de clientes ideales
- 1.5.4. Aprende a vender por valor no por precio
- 1.5.5. Los niveles de consciencia del cliente

**1.6. Los motivadores de compra universales**

- 1.6.1. Qué son y qué papel juegan en el *Copywriting*
- 1.6.2. El amor, la atracción, la belleza
- 1.6.3. Dinero, estatus, estilo de vida
- 1.6.4. Momentos, personalidad, salud
- 1.6.5. Seguridad, tendencia, tiempo

**1.7. El Copywriting y la psicología**

- 1.7.1. Qué tienen que ver el *Copywriting* y la psicología
- 1.7.2. ¿El *copy* es un psicólogo?
- 1.7.3. Desarrollando la empatía
- 1.7.4. Sistematizar los hallazgos
- 1.7.5. Utilizar un lenguaje activo

**1.8. Neuromarketing y *neurocopywriting***

- 1.8.1. Qué es el neuromarketing
- 1.8.2. Qué enseña el neuromarketing
- 1.8.3. Cómo utilizan las marcas el neuromarketing
- 1.8.4. *Neurocopywriting*

**1.9. Conociendo el marketing generacional**

- 1.9.1. Qué es el marketing generacional y cómo influye en *Copywriting*
- 1.9.2. La generación silenciosa
- 1.9.3. Los *baby boomers*
- 1.9.4. Los *millennials*
- 1.9.5. La generación Z
- 1.9.6. Los nativos digitales

**1.10. La transcreación: a medio camino entre el copy y la traducción**

- 1.10.1. ¿Qué es la transcreación?
- 1.10.2. El origen de la transcreación
- 1.10.3. El proceso de transcreación
- 1.10.4. Aplicaciones de la transcreación
- 1.10.5. Sonrisas y lágrimas (casos de aplicación con éxito y fracasos)

**Módulo 2.** Las técnicas del *Copywriting*

**2.1. Los principios de persuasión**

- 2.1.1. Los 6 principios de la persuasión de Cialdini
- 2.1.2. Reciprocidad
- 2.1.3. Escasez
- 2.1.4. Autoridad
- 2.1.5. Consistencia
- 2.1.6. Simpatía
- 2.1.7. Consenso

**2.2. Las fórmulas más populares para escribir con *Copywriting***

- 2.2.1. Fórmula AIDA
- 2.2.2. La fórmula de las 4 P
- 2.2.3. La PAS
- 2.2.4. La fórmula de las 4 U
- 2.2.5. La fórmula FAB

**2.3. Fórmulas menos frecuentes en *copy***

- 2.3.1. La fórmula Sugarman
- 2.3.2. La fórmula ADP
- 2.3.3. La fórmula PASTOR
- 2.3.4. Aforest
- 2.3.5. La fórmula BUCLE
- 2.3.6. La fórmula STONE

**2.4. Otras fórmulas que no lo parecen**

- 2.4.1. La fórmula de los 3 porqués
- 2.4.2. Fórmula de *Copywriting* 1-2-3-4
- 2.4.3. Fórmula ¿Y qué?
- 2.4.4. Fórmula de los 9 puntos
- 2.4.5. Fórmula AICPBSAWN

**2.5. Los titulares**

- 2.5.1. La importancia de un buen titular
- 2.5.2. Tipos de titulares
- 2.5.3. Investigar para identificar buenos titulares
- 2.5.4. El papel de los subtítulos

**2.6. Creando titulares**

- 2.6.1. Herramientas para crear titulares
- 2.6.2. Fórmulas para crear titulares
- 2.6.3. Técnicas y trucos
- 2.6.4. Ejemplos de titulares

**2.7. El maravilloso mundo del *storytelling***

- 2.7.1. Los factores más importantes
- 2.7.2. El tipo de historias existentes
- 2.7.3. Para qué sirven las historias
- 2.7.4. Dónde es posible aplicar *storytelling*

**2.8. Cómo crear buenas historias**

- 2.8.1. Fórmulas de *storytelling*
- 2.8.2. El viaje del héroe
- 2.8.3. Elementos para crear buenas historias
- 2.8.4. Ejemplos de historias con diversos objetivos

**2.9. No te vayas sin un *call to action* (CTA)**

- 2.9.1. La llamada a la acción es un clic
- 2.9.2. Cómo crear una CTA o llamada a la acción
- 2.9.3. Tipos de llamada a la acción
- 2.9.4. Análisis de ejemplos de CTA

**2.10. La edición de textos**

- 2.10.1. Qué es la curación de contenidos
- 2.10.2. Qué hace un *content curator*
- 2.10.3. Los 10 pasos
- 2.10.4. Las 4 S's
- 2.10.5. Técnicas varias para la curación
- 2.10.6. Herramientas para la curación

Módulo 3. Manual de Identidad verbal e historia de marca

**3.1. Qué es la identidad verbal de una marca**

- 3.1.1. Por qué tener un manual de identidad verbal
- 3.1.2. Reconoce la personalidad de marca
- 3.1.3. El nombre o los nombres
- 3.1.4. El *tagline* o el lema

**3.2. Los arquetipos de marca**

- 3.2.1. Qué son y cómo identificarlos
- 3.2.2. El inocente
- 3.2.3. El hombre corriente
- 3.2.4. El explorador
- 3.2.5. El sabio
- 3.2.6. El héroe
- 3.2.7. El forajido
- 3.2.8. El mago
- 3.2.9. El amante
- 3.2.10. El bufón
- 3.2.11. El cuidador
- 3.2.12. El creador
- 3.2.13. El gobernante
- 3.2.14. El villano

**3.3. Misión, visión y valores**

- 3.3.1. Descubre la misión
- 3.3.2. Piensa en la visión
- 3.3.3. Define los valores
- 3.3.4. Ten claro un propósito de marca

**3.4. Empoderando la marca**

- 3.4.1. Qué voz tiene
- 3.4.2. Los tonos
- 3.4.3. La matriz de los mensajes
- 3.4.4. Opción a compra

**3.5. El manifiesto de marca**

- 3.5.1. Qué es un manifiesto y para qué sirve
- 3.5.2. Fuentes de información
- 3.5.3. El proceso de la *due diligence*
- 3.5.4. El informe

**3.6. El mapa de empatía**

- 3.6.1. Qué es un mapa de empatía
- 3.6.2. Para qué sirve
- 3.6.3. Cómo crearlo
- 3.6.4. Ejemplos varios para verlo en la práctica

**3.7. El universo verbal**

- 3.7.1. Palabras clave
- 3.7.2. Qué dice la marca y qué no dice
- 3.7.3. Qué no dice
- 3.7.4. Ideario de temas
- 3.7.5. Herramientas para SEO

**3.8. La historia de marca o *storybrand***

- 3.8.1. Qué es y para qué sirve una historia de marca
- 3.8.2. Cómo crear una historia de marca
- 3.8.3. El sistema de Donald Miller
- 3.8.4. Ejemplos de creación de historias de marca de éxito

**3.9. Los *hashtags* de una marca**

- 3.9.1. Qué son y cómo usarlos
- 3.9.2. Consejos
- 3.9.3. Cómo crear un *hashtag* para una marca
- 3.9.4. Cómo funciona en las diferentes redes sociales

**3.10. Aspectos a tener en cuenta en los manuales de identidad verbal de una empresa**

- 3.10.1. Lenguaje inclusivo
- 3.10.2. Lenguaje e ideas que denoten implicación con el medio ambiente
- 3.10.3. Lenguaje e ideas que denoten sensibilidad con causas sociales
- 3.10.4. Otros aspectos a respetar del lenguaje

**Módulo 4. Copywriting para marketing de contenidos y redes sociales**

**4.1. Entendiendo la nueva forma de vender**

- 4.1.1. Qué es el Marketing de contenidos
- 4.1.2. Tipos de contenidos que podemos crear
- 4.1.3. Artículos
- 4.1.4. Entrevistas
- 4.1.5. Listas
- 4.1.6. Noticias
- 4.1.7. Vídeos
- 4.1.8. Historias (*storytelling*)
- 4.1.9. Casos de éxito
- 4.1.10. Artículos de invitados
- 4.1.11. Infografías, estadísticas o gráficos

**4.2. Herramientas para generar ideas de contenido**

- 4.2.1. Herramientas específicas online
- 4.2.2. Chat GPT
- 4.2.3. Reciclaje de temas
- 4.2.4. Curación de contenidos
- 4.2.5. De las FAQ (preguntas frecuentes)

**4.3. Las Redes Sociales: grandes aliadas del Copywriting**

- 4.3.1. Copywriting para redes sociales
- 4.3.2. Identificar a la competencia
- 4.3.3. Conocer a los seguidores
- 4.3.4. Buscar opiniones

**4.4. Particularidades de cada red social**

- 4.4.1. Copy para Facebook
- 4.4.2. Copy para Instagram
- 4.4.3. Copy para Pinterest
- 4.4.4. Copy para TikTok

**4.5. Copywriting para LinkedIn**

- 4.5.1. El copy en el banner
- 4.5.2. El copy en el perfil
- 4.5.3. El copy en el "Acerca De"
- 4.5.4. Los tipos de contenidos a publicar
- 4.5.5. Otros aspectos de la red profesional

**4.6. Copywriting para guiones de audio y vídeo**

- 4.6.1. Audio o vídeo
- 4.6.2. Videopodcast: lo mejor de los dos mundos
- 4.6.3. Cómo hacer vídeos para Youtube
- 4.6.4. La importancia de hacer un guion para *podcast*
- 4.6.5. Cómo hacer un guion para *podcast* paso a paso
- 4.6.6. Medir y convertir con la estrategia de *podcast*

**4.7. Copywriting para blogs**

- 4.7.1. Conocer al público ¿qué querrías leer tú?
- 4.7.2. Qué palabras escoger
- 4.7.3. Cómo estructurar el artículo
- 4.7.4. Qué imágenes escoger
- 4.7.5. Cómo mejorar el SEO

**4.8. Las keywords para una estrategia de SEO**

- 4.8.1. Fuentes de *keywords*
- 4.8.2. Herramientas para hacer un *keyword research*
- 4.8.3. Organiza tu *keyword research*
- 4.8.4. *Search Intent*
- 4.8.5. *Buyer journey*
- 4.8.6. Analiza la SERP

**4.9. El plan de contenidos**

- 4.9.1. Análisis de la situación
- 4.9.2. Definición de objetivos y KPI
- 4.9.3. Público objetivo
- 4.9.4. Definición de estrategia de contenidos
- 4.9.5. Definición de canales
- 4.9.6. Calendario editorial
- 4.9.7. Medición de resultados

**4.10. Copy para merchandising, packaging y otros formatos físicos**

- 4.10.1. Los beneficios del copy en los formatos físicos
- 4.10.2. Envoltorios y etiquetas
- 4.10.3. Publicidad y cartelería
- 4.10.4. Documentación y facturas
- 4.10.5. Tienda, oficina o lugar físico

06

# Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”*

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo  
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



## Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

*El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”*

## Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



## Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



*La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”*

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

*Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.*

*Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.*



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





#### Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



07

# Perfil de nuestros alumnos

El Experto Universitario está dirigido a Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de las Ciencias Sociales, la Comunicación y Jurídicas, Administrativas y Empresariales.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el Experto Universitario los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo del Marketing Online.





“

*Crece en el sector del Copywriting gracias a un Experto Universitario flexible y que podrás cursar donde y cuando desees”*

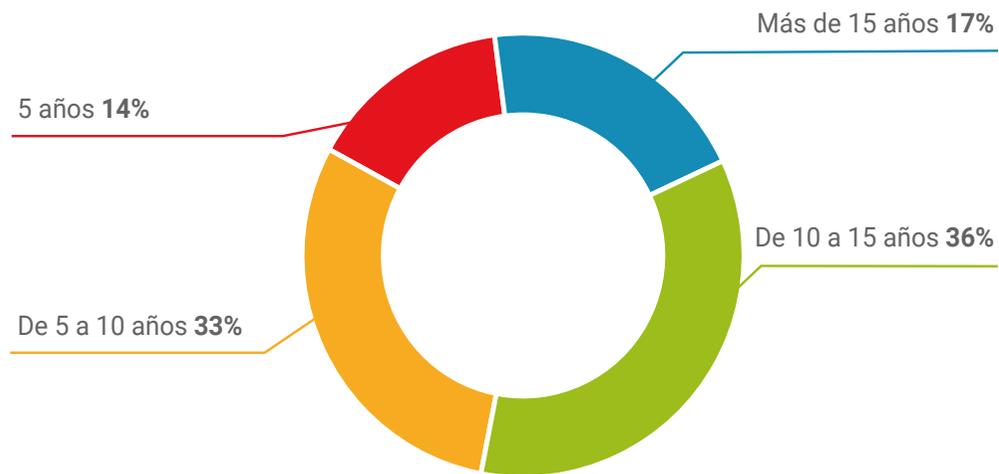
### Edad media

---

Entre **35** y **45** años

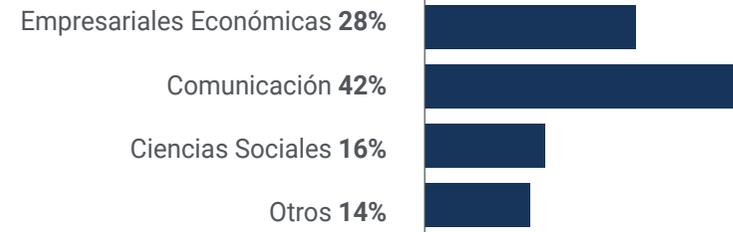
### Años de experiencia

---



### Formación

---



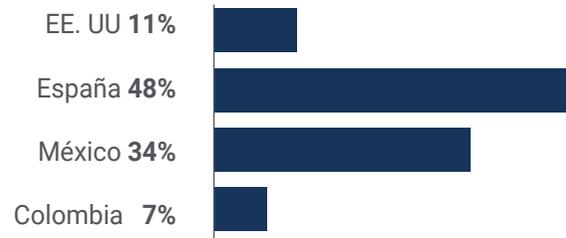
### Perfil académico

---



## Distribución geográfica

---



## Eva Zúñiga

Responsable de Copywriting en agencia de comunicación

*"Este Experto Universitario me llevó a crecer profesionalmente dentro de un sector, donde cada vez se demanda este perfil especializado. Un programa que me ayudó a mejorar mis técnicas de redacción copy y a aplicarlas desde el primer día en mis proyectos. Todo un acierto, tanto para mi carrera como para las de mis clientes"*

08

# Dirección del curso

Uno de los pilares fundamentales de toda enseñanza es su claustro. Por eso, TECH efectúa rigurosos procesos de selección de todos y cada uno de los docentes que imparten sus titulaciones. De esta manera, el alumnado contará en este programa con el acompañamiento de un equipo conformado por auténticos especialistas en Copywriting, conocedores del sector y con una amplia trayectoria como freelance y publicistas en agencias de comunicación.



A black and white photograph showing three people from a high angle, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape that covers the top right and bottom right portions of the page.

“

*En este Experto Universitario te encontrarás con profesionales de gran prestigio dentro del sector Copywriting. Saca todo tu potencial con los mejores especialistas”*

## Dirección



### Dña. Peinador Cabrera, Elena

- ♦ Copywriter, Formadora y Directora Creativa
- ♦ Emprendedora con la marca personal [www.elenapeinador.com](http://www.elenapeinador.com) y mentora de Copywriters de Alto Rendimiento con su programa ARC
- ♦ Directora creativa y co-fundadora de la agencia "A propósito"
- ♦ Responsable de creatividad y copywriter en Grup Flaix
- ♦ Marketing en Agencia de PLV: FloorGraphics
- ♦ Copywriter creativa en Grupo Prisa
- ♦ Responsable de promociones en AMD Internacional
- ♦ Licenciatura de Publicidad y RRPP por la Universitat Autònoma de Barcelona
- ♦ Especialización en Redacción creativa en Complot
- ♦ Especialización en Creatividad en Foxize
- ♦ Especialización en Creatividad digital en ICEMD
- ♦ Especialización en Coach creativa en Laboratorio Gaiki
- ♦ Especialización en Branding en Brandemia (Comuniza)

## Profesores

### Dña. Lledó, Sandra

- ◆ Copywriter y Storyteller Freelance
- ◆ Emprendedora con servicios de Copywriting, Storytelling, Ghostwriting
- ◆ Mentora de marca personal y corporativa Expresión Escrita, especializada en LinkedIn y email marketing
- ◆ Autora de novelas bajo el pseudónimo Sadire Lleire
- ◆ Fundadora y Tutora del Club Escritores Inconfesos
- ◆ Responsable de RRHH en Dormitienda
- ◆ Grado en RRLL y RRHH por la Universidad Europea
- ◆ Grado en Filología Hispánica
- ◆ Grado Superior en Administración y Finanzas en CEEDCV

### Dña. Kbamori, Mónica

- ◆ Directora Creativa Freelance
- ◆ Técnica de Comunicación y Marketing en Marebens
- ◆ Directora de Comunicación y Marketing en Babyhome
- ◆ Técnica de Comunicación en Novartis Farmacéutica
- ◆ Técnica de Comunicación en Ricoh España
- ◆ Redactora Creativa en Marketingcom
- ◆ Responsable de Comunicación y Prensa en Eprom S.A.
- ◆ Responsable de Contenidos y Diseño Web en Racc.cat
- ◆ Licenciada en Periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona
- ◆ Máster en Liderazgo y Desarrollo Personal por la Fundación Borja Vilaseca
- ◆ Técnica Superior en Gráfica Publicitaria por la Escola Municipal d'Art de Terrassa

### D. Valls Montagu, Jordi

- ◆ Copywriter y Redactor de Contenidos Web Freelance
- ◆ Redactor de Contenidos Web para el Blog de la marca Escapa
- ◆ Especialista en Email Marketing en Emprendedores.com
- ◆ Especialista en Email Marketing & Redes Sociales en Neurosenser
- ◆ Especialista en Email Marketing en Eurolotes
- ◆ Redacción de artículos para Blog de la marca Fundas BCN
- ◆ Técnico en Turismo, Agencias de Intermediación y Recepción de Hoteles
- ◆ Diplomatura en Turismo por la Universitat de Girona



*Una experiencia de capacitación  
única, clave y decisiva para  
impulsar tu desarrollo profesional”*

09

# Impacto para tu carrera

Este Experto Universitario está orientado a la progresión profesional del alumnado en un sector en auge, que impulsa la labor del especialista en *Copywriting*, como en los negocios donde se aplican sus técnicas. Por eso, este programa está enfocado a la utilidad práctica desde el primer día, mediante un enfoque directo y adaptado a las necesidades reales de un egresado con aspiraciones de ascenso en este sector.



“

*Tus proyectos generarán el retorno que deseas aplicando las técnicas más elevadas en marketing de contenido”*

### ¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera.

El Experto Universitario en Copywriting de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito del Copywriting. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

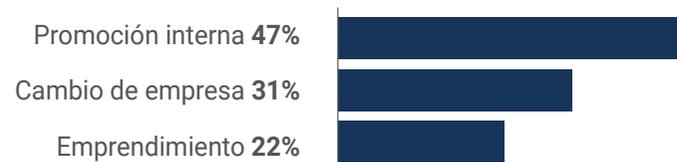
*Asume el reto y entrénate durante 6 meses para convertirte en un especialista Copywriting.*

*Crea una impactante historia de marca y lleva tu proyecto empresarial a lo más alto con TECH.*

#### Momento del cambio



#### Tipo de cambio



## Mejora salarial

---

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **23,14%**



10

# Beneficios para tu empresa

El profesional que lleve a cabo esta titulación universitaria crecerá profesionalmente y contribuirá de manera notoria con su labor en aquellas empresas, donde aplique sus conocimientos sobre Copywriting. Esto supone un gran acierto para las entidades que apuestan por incorporar a sus entidades a personal especializado o bien confían externamente esta área a expertos con sólido manejo sobre los diferentes procesos y herramientas para la creación de contenido persuasivo.





“

*Lleva a tu empresa la mejor estrategia para impactar y generar beneficios a través de las redes sociales”*

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

### Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

---

02

### Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

---

04

### Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

### **Desarrollo de proyectos propios**

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

---

06

### **Aumento de la competitividad**

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

# Titulación

El Experto Universitario en Copywriting garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.



“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este **Experto Universitario en Copywriting** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal\* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Copywriting**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



\*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



## Experto Universitario Copywriting

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Experto Universitario

## Copywriting

