

Experto Universitario

Copywriting





Experto Universitario

Copywriting

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-copywriting

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

01

Presentación

No es vender el producto, el servicio o la empresa. El *Copywriting* transforma los valores de marca y beneficios en emociones para convencer. Todo ello con un target principal: el cliente. Así es el apasionante trabajo diario de creación de contenido persuasivo de un *copywriter*. Una figura esencial para el mundo digital, en constante evolución y expansión. Precisamente por ello, TECH ha diseñado este programa creado por destacados especialistas en *Copywriting*. Su experiencia queda reflejada en un temario avanzado de 540 horas lectivas versado en las principales técnicas de redacción de un copy, su enfoque a redes sociales, la creación de historia de marca y numerosos casos de éxito de *storytelling*. Todo en un formato 100% online, accesible en cualquier momento del día, desde un dispositivo electrónico con conexión a internet.



“

Lánzate al Copywriting con garantías de éxito gracias a este Experto Universitario 100% online”

El dominio de la escritura es una de las principales bazas de todo *copywriter*. Bajo la premisa de la persuasión debe ser capaz de emplear las técnicas más efectivas para generar interés por parte del público para consumir una idea, más allá del propio producto o servicio. Una llamada a la acción de venta además adaptada a diferentes formatos y canales como las redes sociales, un email, una web o un catálogo.

A priori, una labor que podría ser sencilla, pero que requiere de un conocimiento profundo sobre el lenguaje, las fórmulas más efectivas para la redacción o el *neurocopywriting*. En esta línea se centra este Experto Universitario en Copywriting, que adentra al alumnado en la figura propia del *copywriter*, los recursos para la creación de mensajes creativos, de calidad y exitosos.

Todo en un programa con un enfoque teórico-práctico, que llevará al egresado a recabar información, a centrarse en el cliente y a dominar las principales fórmulas para la redacción de mensajes que calen directamente en el futuro comprador. Además, dispondrá de vídeo resúmenes de cada tema, vídeos en detalle, lecturas especializadas y casos de estudio a los que podrá acceder en cualquier momento del día, desde un dispositivo electrónico con conexión a internet.

Una titulación avanzada en la que no tendrá que invertir gran cantidad de horas de estudios y memorización, ya que gracias al sistema *Relearning*, empleado por TECH, podrá afianzar fácilmente los conceptos claves y novedosos de esta titulación.

De esta manera, el profesional está ante una excelente oportunidad para poder crecer en un sector en alza mediante una titulación universitaria de calidad, impartida por auténticos expertos con una dilatada trayectoria en el universo *Copywriting*.

Este **Experto Universitario en Copywriting** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación, Marketing y Copywriting
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información técnica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Entenderás las nuevas formas de vender con las figuras destacadas del Copywriting que imparten esta titulación universitaria”

“

¿Sabes lo que la transcreación y cómo aplicarla en una estrategia de marketing internacional? Descúbrelo en este Experto Universitario”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Redacción para blog, para guiones de podcasts y vídeo... Todo lo que necesitas para crear el mejor marketing de contenidos, te lo ofrece TECH.

Aprende en este Experto Universitario las principales fórmulas empleadas por los mejores copywriters y lléalos a tu trabajo diario.

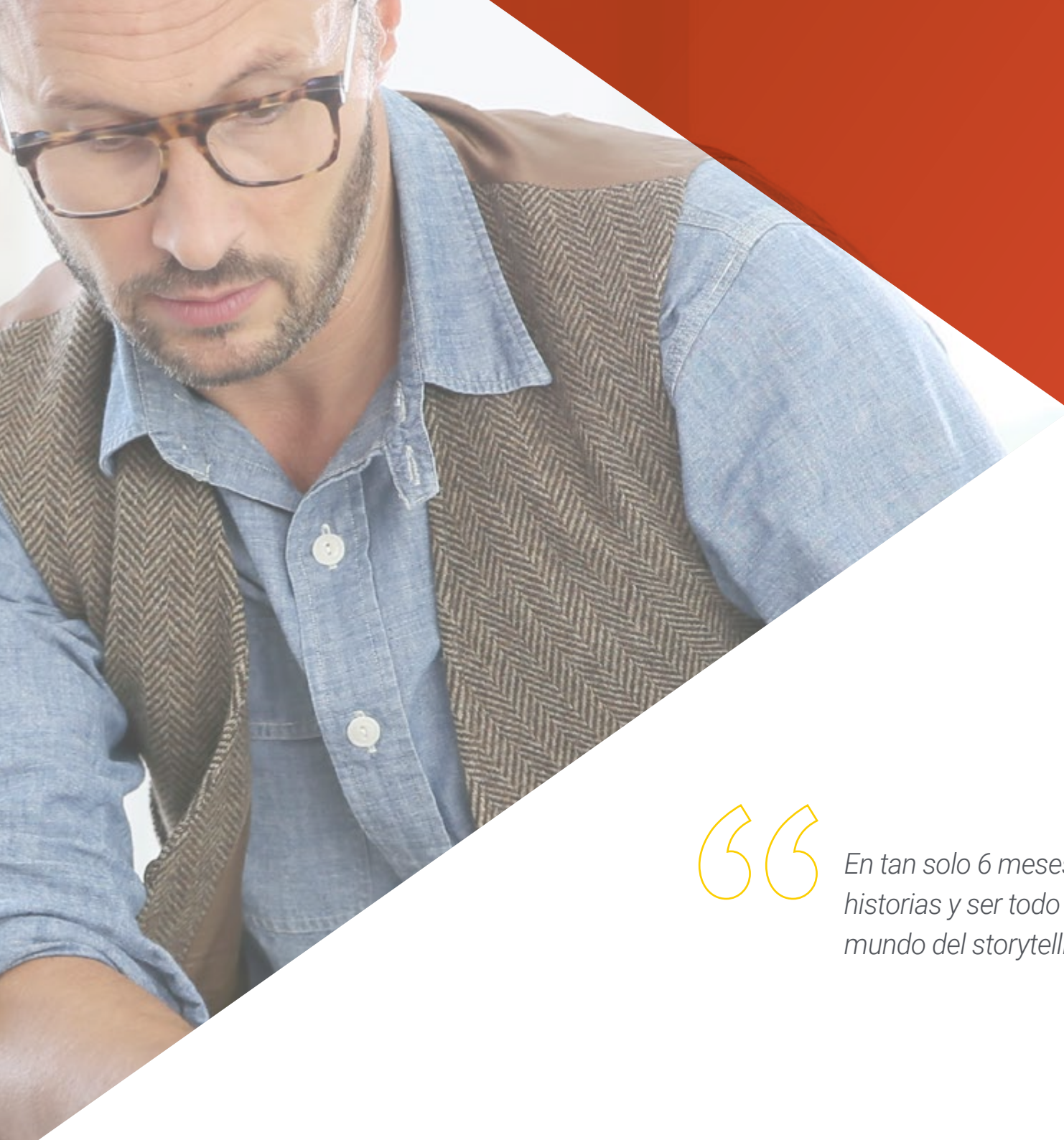


02

Objetivos

Este programa ha sido diseñado para poder impulsar la trayectoria profesional de los comunicadores que deseen crecer como *copywriter*. Un objetivo que será mucho más sencillo de alcanzar, gracias al temario creado por auténticos especialistas en este sector. En este sentido, el alumnado obtendrá a lo largo de 6 meses, las fórmulas y técnicas de redacción que todo *copywriter* debe saber, las metodologías de trabajo, las herramientas de análisis y los principales *tips* para poder crear excelentes mensajes que fomenten la venta de productos y/o servicios.





“

En tan solo 6 meses conseguirás crear buenas historias y ser todo un experto en el maravilloso mundo del storytelling. Matricúlate ahora”



Objetivos generales

- ♦ Ofrecer un aprendizaje amplio y profundo de la profesión del *copywriter* en sus diferentes facetas
- ♦ Dar a conocer los diferentes ámbitos en los que se puede aplicar el *Copywriting*: páginas web, anuncios, lanzamientos o para el marketing de contenidos
- ♦ Ofrecer un sistema de estudio profundo para la creación de branding de una marca con el Manual de Identidad Verbal
- ♦ Ofrecer un estudio completo acerca de psicología, neuromarketing y *neurocopywriting*
- ♦ Adquirir conocimientos profundos sobre la relación entre el lenguaje y la persuasión, la emoción y el beneficio
- ♦ Instruir a expertos en *Copywriting* para que sean capaces de realizar un plan de contenidos y escribir para cualquiera de las principales redes sociales actuales
- ♦ Instruir a expertos en la gestión de la atención al cliente, la comunicación interna y las estrategias de captación de clientes B2B y B2C
- ♦ Ofrecer las herramientas para saber llevar a cabo un embudo de ventas de principio a fin
- ♦ Ofrecer las herramientas para saber desarrollar un lanzamiento digital
- ♦ Instruir en escritura persuasiva para artículos de blog, guiones de vídeo, guiones para podcasts
- ♦ Instruir a *copywriters* para que sean capaces de escribir anuncios para las principales redes sociales
- ♦ Capacitar para trabajar como *copywriter* freelance por cuenta propia desde el minuto uno, o poder trabajar para terceros





Objetivos específicos

Módulo 1. Las técnicas del *Copywriting*

- ♦ Identificar los principios de la persuasión
- ♦ Aprender más de 12 fórmulas diferentes de *copywriting*
- ♦ Redactar titulares de manera efectiva
- ♦ Identificar para qué sirve y cómo crear un *storytelling*
- ♦ Aprender a curar contenidos de manera profesional

Módulo 2. Manual de Identidad verbal e historia de marca

- ♦ Conocer qué es un Manual de Identidad Verbal y para qué sirve
- ♦ Descubrir los 12 arquetipos de Jung
- ♦ Conocer qué debe incluir un Manual de Identidad Verbal
- ♦ Descifrar la personalidad de una marca
- ♦ Saber qué es y para qué sirve un Manifiesto de marca
- ♦ Saber qué es y crear un mapa de empatía
- ♦ Gestionar el universo verbal de una marca
- ♦ Aprender las claves para redactar una historia de marca

Módulo 3. *Copywriting* para marketing de contenidos y redes sociales

- ♦ Conocer qué es el marketing de contenidos y cómo aplicar el *copywriting* en su estrategia
- ♦ 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
- ♦ Describir las particularidades de los guiones de vídeo y los podcasts, y a redactarlos de una forma eficaz
- ♦ Aprender a redactar artículos de blog
- ♦ Gestionar y redactar todos los mensajes que intervienen en la experiencia online del cliente
- ♦ Conocer qué son y cómo se utilizan las keywords
- ♦ Crear un calendario de contenidos
- ♦ Profundizar en la medición de los resultados



Gracias a esta titulación aprenderás a gestionar el universo verbal de una marca y llevarla al éxito digital”

03

Dirección del curso

El profesional que se adentre en esta titulación tendrá a su disposición a un excelente claustro conformado por consagradas especialistas en el mundo del *Copywriting*. Su dominio del *Storytelling*, de la transcreación y la literatura son toda una garantía para el alumnado que busque un aprendizaje avanzado de la mano de las mejores expertas. Además, gracias a su calidad humana y cercanía podrá resolver cualquier duda que tenga sobre el contenido del temario de este programa.





“

Cuentas con grandes profesionales expertos en Storytelling con una brillante carrera como copywriters freelances”

Dirección



Dña. Peinador Cabrera, Elena

- ♦ Copywriter, Formadora y Directora Creativa
- ♦ Emprendedora con la marca personal 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

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

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



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

04

Estructura y contenido

En este programa universitario prevalece el aprendizaje intensivo y de gran utilidad práctica para que el profesional de la comunicación sea capaz de lanzarse al mundo del *Copywriting* con garantías. Por eso, TECH pone a disposición del egresado un temario avanzado y numerosos recursos pedagógicos que favorecerán el aprendizaje para la redacción de mensajes persuasivos, que generen acción de venta y se adapten a las diferentes redes sociales. Todo, además, en un formato flexible, que permite la autogestión del tiempo de estudio y el acceso las 24 horas del día, los 7 días de la semana, a un Experto Universitario único en el panorama académico.





“

Las píldoras multimedia y los vídeos in focus te llevarán a conseguir un aprendizaje dinámico sobre las técnicas de persuasión del Copywriting”

Módulo 1. Las técnicas del *Copywriting*

- 1.1. Los principios de persuasión
 - 1.1.1. Los 6 principios de la persuasión de Cialdini
 - 1.1.2. Reciprocidad
 - 1.1.3. Escasez
 - 1.1.4. Autoridad
 - 1.1.5. Consistencia
 - 1.1.6. Simpatía
 - 1.1.7. Consenso
- 1.2. Las fórmulas más populares para escribir con *Copywriting*
 - 1.2.1. Fórmula AIDA
 - 1.2.2. La fórmula de las 4 P
 - 1.2.3. La PAS
 - 1.2.4. La fórmula de las 4 U
 - 1.2.5. La fórmula FAB
- 1.3. Fórmulas menos frecuentes en *copy*
 - 1.3.1. La fórmula Sugarman
 - 1.3.2. La fórmula ADP
 - 1.3.3. La fórmula PASTOR
 - 1.3.4. Aforest
 - 1.3.5. La fórmula BUCLE
 - 1.3.6. La fórmula STONE
- 1.4. Otras fórmulas que no lo parecen
 - 1.4.1. La fórmula de los 3 porqués
 - 1.4.2. Fórmula de *Copywriting* 1 – 2 – 3 – 4
 - 1.4.3. Fórmula ¿Y qué?
 - 1.4.4. Fórmula de los 9 puntos
 - 1.4.5. Fórmula AICPBSAWN
- 1.5. Los titulares
 - 1.5.1. La importancia de un buen titular
 - 1.5.2. Tipos de titulares
 - 1.5.3. Investigar para identificar buenos titulares
 - 1.5.4. El papel de los subtítulos
- 1.6. Creando titulares
 - 1.6.1. Herramientas para crear titulares
 - 1.6.2. Fórmulas para crear titulares
 - 1.6.3. Técnicas y trucos
 - 1.6.4. Ejemplos de titulares
- 1.7. El maravilloso mundo del *storytelling*
 - 1.7.1. Los factores más importantes
 - 1.7.2. El tipo de historias existentes
 - 1.7.3. Para qué sirven las historias
 - 1.7.4. Dónde es posible aplicar *storytelling*
- 1.8. Cómo crear buenas historias
 - 1.8.1. Fórmulas de *storytelling*
 - 1.8.2. El viaje del héroe
 - 1.8.3. Elementos para crear buenas historias
 - 1.8.4. Ejemplos de historias con diversos objetivos
- 1.9. No te vayas sin un *call to action* (CTA)
 - 1.9.1. La llamada a la acción es un clic
 - 1.9.2. Cómo crear una CTA o llamada a la acción
 - 1.9.3. Tipos de llamada a la acción
 - 1.9.4. Análisis de ejemplos de CTA
- 1.10. La curación de contenidos
 - 1.10.1. Qué es la curación de contenidos
 - 1.10.2. Qué hace un *content curator*
 - 1.10.3. Los 10 pasos
 - 1.10.4. Las 4 S
 - 1.10.5. Técnicas varias para la curación
 - 1.10.6. Herramientas para la curación

Módulo 2. Manual de Identidad verbal e historia de marca

- 2.1. Qué es la identidad verbal de una marca
 - 2.1.1. Por qué tener un manual de identidad verbal
 - 2.1.2. Reconoce la personalidad de marca
 - 2.1.3. El nombre o los nombres
 - 2.1.4. El *tagline* o el lema
- 2.2. Los arquetipos de marca
 - 2.2.1. Qué son y cómo identificarlos
 - 2.2.2. El inocente
 - 2.2.3. El hombre corriente
 - 2.2.4. El explorador
 - 2.2.5. El sabio
 - 2.2.6. El héroe
 - 2.2.7. El forajido
 - 2.2.8. El mago
 - 2.2.9. El amante
 - 2.2.10. El bufón
 - 2.2.11. El cuidador
 - 2.2.12. El creador
 - 2.2.13. El gobernante
 - 2.2.14. El villano
- 2.3. Misión, visión y valores
 - 2.3.1. Descubre la misión
 - 2.3.2. Piensa en la visión
 - 2.3.3. Define los valores
 - 2.3.4. Ten claro un propósito de marca
- 2.4. Empoderando la marca
 - 2.4.1. Qué voz tiene
 - 2.4.2. Los tonos
 - 2.4.3. La matriz de los mensajes
 - 2.4.4. Opción a compra
- 2.5. El manifiesto de marca
 - 2.5.1. Qué es un manifiesto y para qué sirve
 - 2.5.2. Fuentes de información
 - 2.5.3. El proceso de la *due diligence*
 - 2.5.4. El informe
- 2.6. El mapa de empatía
 - 2.6.1. Qué es un mapa de empatía
 - 2.6.2. Para qué sirve
 - 2.6.3. Cómo crearlo
 - 2.6.4. Ejemplos varios para verlo en la práctica
- 2.7. El universo verbal
 - 2.7.1. Palabras clave
 - 2.7.2. Qué dice la marca y qué no dice
 - 2.7.3. Qué no dice
 - 2.7.4. Ideario de temas
 - 2.7.5. Herramientas para SEO
- 2.8. La historia de marca o *storybrand*
 - 2.8.1. Qué es y para qué sirve una historia de marca
 - 2.8.2. Cómo crear una historia de marca
 - 2.8.3. El sistema de Donald Miller
 - 2.8.4. Ejemplos de creación de historias de marca de éxito
- 2.9. Los *hashtags* de una marca
 - 2.9.1. Qué son y cómo usarlos
 - 2.9.2. Consejos
 - 2.9.3. Cómo crear un hashtag para una marca
 - 2.9.4. Cómo funciona en las diferentes redes sociales
- 2.10. Aspectos a tener en cuenta en los manuales de identidad verbal de una empresa
 - 2.10.1. Lenguaje inclusivo
 - 2.10.2. Lenguaje e ideas que denoten implicación con el medio ambiente
 - 2.10.3. Lenguaje e ideas que denoten sensibilidad con causas sociales
 - 2.10.4. Otros aspectos a respetar del lenguaje

Módulo 3. *Copywriting* para marketing de contenidos y redes sociales

- 3.1. Entendiendo la nueva forma de vender
 - 3.1.1. Qué es el marketing de contenidos
 - 3.1.2. Tipos de contenidos que podemos crear
 - 3.1.3. Artículos
 - 3.1.4. Entrevistas
 - 3.1.5. Listas
 - 3.1.6. Noticias
 - 3.1.7. Vídeos
 - 3.1.8. Historias (*storytelling*)
 - 3.1.9. Casos de éxito
 - 3.1.10. Artículos de invitados
 - 3.1.11. Infografías, estadísticas o gráficos
- 3.2. Herramientas para generar ideas de contenido
 - 3.2.1. Herramientas específicas online
 - 3.2.2. Chat GPT
 - 3.2.3. Reciclaje de temas
 - 3.2.4. Curación de contenidos
 - 3.2.5. De las FAQ (preguntas frecuentes)
- 3.3. Las Redes Sociales: grandes aliadas del *Copywriting*
 - 3.3.1. *Copywriting* para redes sociales
 - 3.3.2. Identificar a la competencia
 - 3.3.3. Conocer a los seguidores
 - 3.3.4. Buscar opiniones
- 3.4. Particularidades de cada red social
 - 3.4.1. *Copy* para Facebook
 - 3.4.2. *Copy* para Instagram
 - 3.4.3. *Copy* para Pinterest
 - 3.4.4. *Copy* para TikTok
- 3.5. *Copywriting* para LinkedIn
 - 3.5.1. El *copy* en el banner
 - 3.5.2. El *copy* en el perfil
 - 3.5.3. El *copy* en el "Acerca De"
 - 3.5.4. Los tipos de contenidos a publicar
 - 3.5.5. Otros aspectos de la red profesional
- 3.6. *Copywriting* para guiones de audio y vídeo
 - 3.6.1. Audio o vídeo
 - 3.6.2. *Videopodcast*: lo mejor de los dos mundos
 - 3.6.3. Cómo hacer vídeos para Youtube
 - 3.6.4. La importancia de hacer un guion para podcast
 - 3.6.5. Cómo hacer un guion para podcast paso a paso
 - 3.6.6. Medir y convertir con la estrategia de podcast
- 3.7. *Copywriting* para blogs
 - 3.7.1. Conocer al público ¿qué querrías leer tú?
 - 3.7.2. Qué palabras escoger
 - 3.7.3. Cómo estructurar el artículo
 - 3.7.4. Qué imágenes escoger
 - 3.7.5. Cómo mejorar el SEO
- 3.8. Las *keywords* para una estrategia de SEO
 - 3.8.1. Fuentes de *keywords*
 - 3.8.2. Herramientas para hacer un *keyword research*
 - 3.8.3. Organiza tu *keyword research*
 - 3.8.4. *Search Intent*
 - 3.8.5. *Buyer journey*
 - 3.8.6. Analiza la SERP



- 3.9. El plan de contenidos
 - 3.9.1. Análisis de la situación
 - 3.9.2. Definición de objetivos y KPI
 - 3.9.3. Público objetivo
 - 3.9.4. Definición de estrategia de contenidos
 - 3.9.5. Definición de canales
 - 3.9.6. Calendario editorial
 - 3.9.7. Medición de resultados
- 3.10. *Copy* para *merchandising*, *packaging* y otros formatos físicos
 - 3.10.1. Los beneficios del *copy* en los formatos físicos.
 - 3.10.2. Envoltorios y etiquetas
 - 3.10.3. Publicidad y cartelería
 - 3.10.4. Documentación y facturas
 - 3.10.5. Tienda, oficina o lugar físico



Crea tus mejores copias para las redes sociales como TikTok, Instagram o Linkeding gracias a este programa universitario

05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



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 las futuras decisiones difíciles.



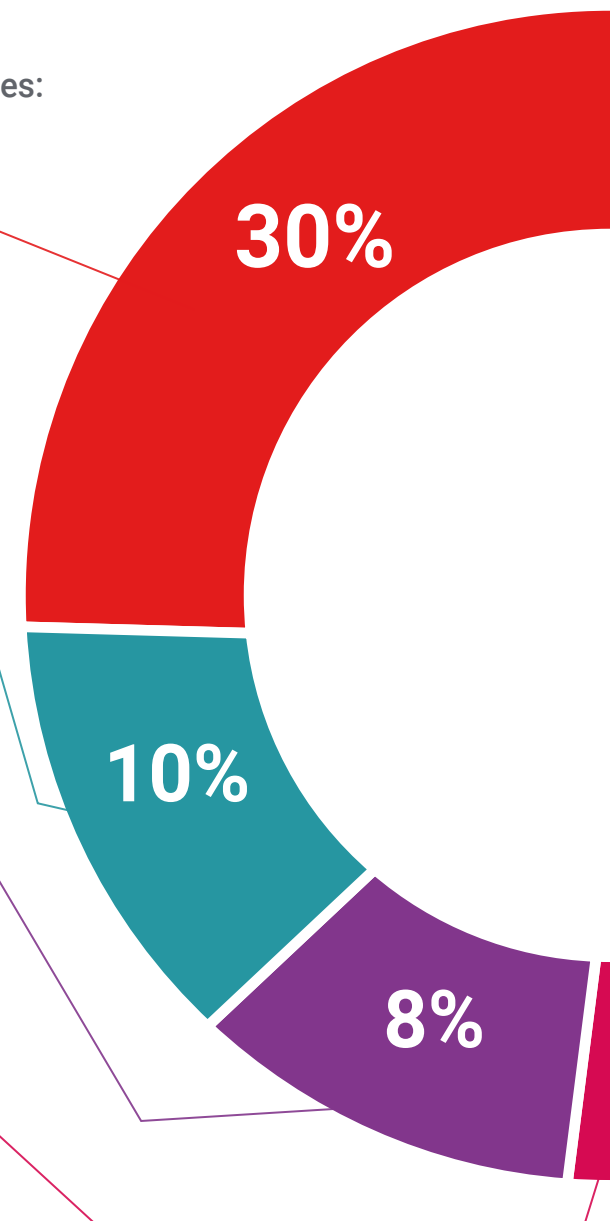
Prácticas de habilidades y competencias

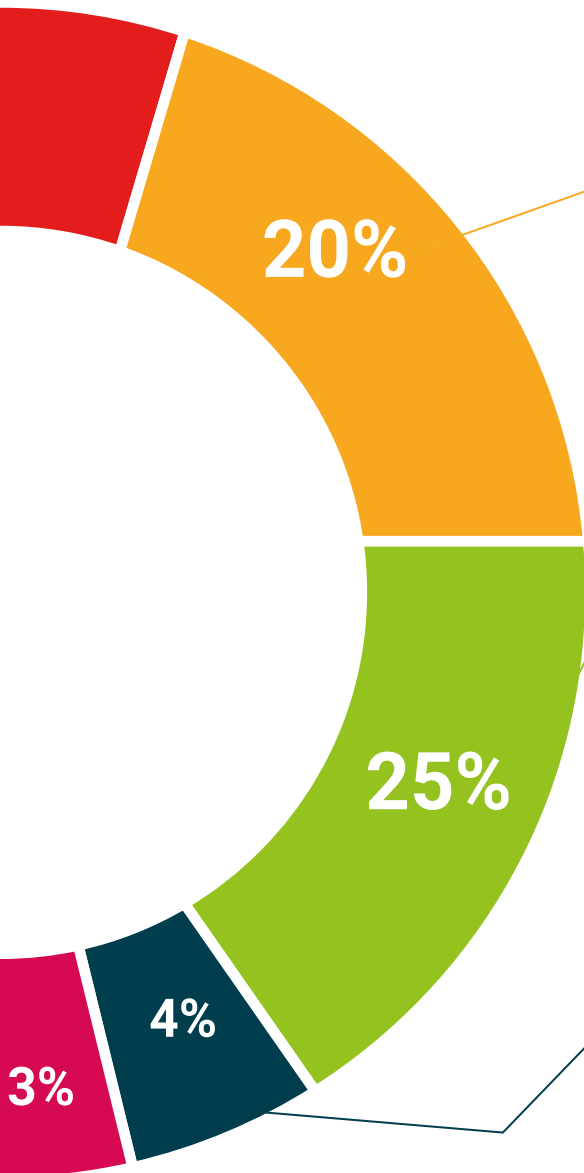
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



06

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 Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Copywriting** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Experto Universitario en Copywriting**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**





Experto Universitario Copywriting

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Copywriting

