

Experto Universitario

Copywriting para Anuncios,
Lanzamientos y Atención al Cliente



Experto Universitario

Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente

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

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-copywriting-anuncios-lanzamientos-atencion-cliente

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

La lucha por la diferenciación en entornos digitales es fundamental para las empresas que buscan obtener grandes picos de facturación mediante sus productos, infoproductos o servicios. Un escenario donde el *Copywriting* se ha convertido en clave para transmitir valor de marca, crear estrategias de lanzamiento eficaces y obtener un retorno económico positivo. Por eso, TECH ha creado este programa que ofrece a los profesionales la información más relevante sobre la creación de embudos de ventas, la preparación de anuncios en las principales redes sociales y la gestión de la atención al cliente. Todo en un formato 100% online al que podrá acceder las 24 horas del día, los 7 días de la semana, desde cualquier dispositivo electrónico con conexión a internet.



Experto Universitario en Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente
TECH Universidad

“

Realizarás lanzamientos realmente rentables siguiendo las diferentes estrategias que te aporta este Experto Universitario”

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 multivídeo 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

El objetivo de este Experto Universitario es facilitar a los profesionales la información más actual y relevante para poder poner en marcha estrategias de venta efectivas en el ámbito digital. Para lograrlo, TECH pone a disposición a un excelente equipo de profesionales con una amplia experiencia en lanzamientos, creación de anuncios en diversos canales y todo, además, con herramientas pedagógicas de primer nivel.



“

*Lograrás emplear correctamente
el lenguaje emocional para persuadir
y aumentar las ventas de tu negocio”*

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

El Experto Universitario en Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente capacitará al alumno para:

01

Aprender por qué son importantes las técnicas de persuasión en *Copywriting*

02

Conocer qué es y cómo se utiliza el lenguaje de la emoción

03

Profundizar en cómo se utiliza el lenguaje del beneficio

04

Conocer ejemplos reales de los lenguajes de la persuasión



05

Descubrir cómo aplicar el *Copywriting* en atención al cliente

06

Saber gestionar la comunicación en situaciones complicadas

07

Reconocer la importancia de la comunicación interna

08

Aprender cómo enfocar una presentación B2B



09

Conocer qué es un CRM y cómo aplicar el *Copywriting* en su ámbito

12

Comprender cómo aplicar el *Copywriting* en cada fase de lanzamiento

10

Entender qué es y para qué sirve un lanzamiento

13

Saber todas las piezas de *Copywriting* que intervienen en un lanzamiento

11

Conocer todas las etapas en un lanzamiento

14

Gestionar los resultados a tiempo real de las distintas fases del lanzamiento y actuar en consecuencia

15

Conocer las herramientas que ayudan a gestionar con éxito un lanzamiento

18

Conocer qué tiene que ver la figura del *copywriter* con la publicidad

16

Saber qué hacer en la etapa de poslanzamiento

19

Conocer el paso a paso antes de escribir para los anuncios

17

Reflexionar sobre los cambios entre la publicidad clásica y la nueva

20

Aprender a crear los textos de los anuncios para Youtube Ads, Facebook Ads, TikTok ads, Twitter Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads, Amazon Ads, Google Ads y publicidad en *stories*

05

Estructura y contenido

Este Experto Universitario está conformado por un temario avanzado y actual sobre Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente. De esta forma, el alumnado obtendrá en tan solo 6 meses la información precisa para poder aplicar estrategias de venta realmente eficaces en entornos digitales. Una opción académica que le aportará, además, casos de éxito que le servirán para llevarlos directamente a la práctica en sus negocios.



“

Serás capaz de gestionar adecuadamente la atención al cliente ante las situaciones más difíciles. Mejora tus habilidades con TECH”

Plan de estudios

El alumnado de esta titulación universitaria accederá a un programa intensivo que recopila el temario más avanzado sobre las técnicas de Copywriting empleadas en lanzamientos, anuncios y en la atención al cliente.

Tres áreas que serán desgranadas a lo largo de las 450 horas lectivas, donde el egresado adquirirá un aprendizaje esencial sobre las fórmulas utilizadas por todo *copywriter*, cómo se lleva a cabo un buen *storytelling* o qué técnicas son más efectivas para lograr la persuasión del cliente.

En este mundo de negocios online tiene especial interés las estrategias de lanzamiento y la creación de Ads. Por eso, esta instrucción dedica dos de sus módulos a profundizar en las diferentes fases existentes para generar un buen retorno de ventas o cómo diseñar un correcto plan de redes sociales. Todo, complementado con numerosos recursos didácticos, entre los que se encuentran casos de éxito y ejemplos que darán una visión mucho más real al egresado.

TECH ofrece de esta manera una excelente oportunidad de poder progresar en el sector empresarial mediante un Experto Universitario flexible y cómodo. Y es que tan solo se necesita de un dispositivo electrónico con conexión a internet, para poder visualizar, en cualquier momento del día, el contenido alojado en la plataforma virtual. Una opción académica idónea para compaginar 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	Las técnicas del <i>Copywriting</i>
Módulo 2	Venta, atención al cliente y <i>Copywriting</i>
Módulo 3	<i>Copywriting</i> para lanzamientos
Módulo 4	<i>Copywriting</i> para anuncios



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente 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. 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 edición de textos

- 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's
- 1.10.5. Técnicas varias para la curación
- 1.10.6. Herramientas para la curación

Módulo 2. Venta, atención al cliente y Copywriting

2.1. La persuasión en el *Copywriting* para aumentar las ventas

- 2.1.1. Por qué es importante utilizar la persuasión en el *Copywriting*
- 2.1.2. Principios básicos de la persuasión y cómo se aplica en *Copywriting*
- 2.1.3. Diferencia entre persuadir, influir y manipular
- 2.1.4. Análisis de un autor de referencia

2.2. Las necesidades y deseos del cliente en la persuasión

- 2.2.1. Técnicas de la persuasión, el lenguaje emocional y el del beneficio
- 2.2.2. Sus aplicaciones
- 2.2.3. Por qué es importante utilizar las necesidades y deseos del cliente en el *Copywriting*
- 2.2.4. Identificando los deseos del cliente

2.3. El papel del lenguaje del beneficio en el *Copywriting* en la persuasión

- 2.3.1. Por qué es importante utilizar el lenguaje del beneficio en el *Copywriting*
- 2.3.2. Identificando los beneficios del producto o servicio
- 2.3.3. Utilizando el lenguaje del beneficio en el *Copywriting* y aumentar las ventas
- 2.3.4. Cómo utilizar testimonios de clientes aumentar la confianza

2.4. El papel del lenguaje emocional en el *Copywriting*

- 2.4.1. Por qué es importantes el lenguaje emocional en el *Copywriting*
- 2.4.2. Identificando las emociones del cliente
- 2.4.3. Cómo utilizar el lenguaje emocional para persuadir y aumentar las ventas
- 2.4.4. Las emociones que más se utilizan en el *Copywriting* para ventas

2.5. *Copywriting* para aumentar las ventas: autoridad y confianza

- 2.5.1. Cómo utilizar el *Copywriting* para construir autoridad en tus ventas
- 2.5.2. Construyendo la autoridad en el *Copywriting*, con demostración y experiencia
- 2.5.3. Construyendo la confianza en el *Copywriting*, con transparencia y la honestidad
- 2.5.4. Razones por las que es importante la confianza en el *Copywriting*

2.6. Cómo mejorar tu atención al cliente con *Copywriting*

- 2.6.1. Cómo y por qué dar la bienvenida al cliente utilizando *Copywriting*
- 2.6.2. Comunicación de incidencias que afectan al cliente
- 2.6.3. Tratamiento de reclamaciones de pago y otras cuestiones administrativas
- 2.6.4. Estructura de las comunicaciones con el cliente aplicando *Copywriting*

2.7. Estructuras básicas para responder rápido a situaciones complicadas

- 2.7.1. Cuando tenemos que decir que NO a un cliente
- 2.7.2. Cuando tenemos que pedirle disculpas
- 2.7.3. Cuando tenemos que dar malas noticias
- 2.7.4. Un caso real

2.8. El *copy* en la comunicación interna

- 2.8.1. La importancia de la comunicación interna: la atención a los públicos internos
- 2.8.2. Las comunicaciones por email
- 2.8.3. Las comunicaciones en un tablón visual
- 2.8.4. Las comunicaciones formales: firma de contrato o fin de contrato

2.9. Las presentaciones de empresa B2B o a inversores

- 2.9.1. Qué es el *elevator pitch*
- 2.9.2. Cómo elaborarlo
- 2.9.3. Preparar una presentación de empresa
- 2.9.4. Crear un vídeo corporativo o de presentación de empresa

2.10. CRM y casos de éxito bien implantados

- 2.10.1. Qué es el CRM
- 2.10.2. El caso de Apple
- 2.10.3. El caso de Amazon
- 2.10.4. El caso de Zara
- 2.10.5. El caso de British Airways

Módulo 3. Copywriting para lanzamientos

3.1. Entender qué es y para qué sirve un lanzamiento

- 3.1.1. Qué es un lanzamiento
- 3.1.2. Los elementos de un lanzamiento
- 3.1.3. Diferenciación
- 3.1.4. Oferta
- 3.1.5. Los niveles de consciencia
- 3.1.6. Una relación de entusiasmo

3.2. Tipos de lanzamientos

- 3.2.1. Cuál elegir y por qué
- 3.2.2. Lanzamiento semilla
- 3.2.3. Lanzamiento R2X
- 3.2.4. Lanzamiento meteórico
- 3.2.5. *Product Launch Formula* (PLF)
- 3.2.6. *Webinars*, talleres o masterclass
- 3.2.7. Retos
- 3.2.8. Lanzamientos temáticos
- 3.2.9. *High ticket*

3.3. Las fases de un lanzamiento

- 3.3.1. El prelanzamiento
- 3.3.2. La preventa
- 3.3.3. La captación
- 3.3.4. La seducción o adoctrinamiento
- 3.3.5. La venta
- 3.3.6. El cierre
- 3.3.7. El postlanzamiento

3.4. Cómo aplicar el *Copywriting* en cada fase del lanzamiento

- 3.4.1. Cómo aplicar el *copy* en la fase de captación
- 3.4.2. Técnicas en la fase de seducción
- 3.4.3. Técnicas en la preventa y en la venta
- 3.4.4. Ejemplos de casos de éxito

3.5. La idea creativa como piedra angular del lanzamiento

- 3.5.1. Qué es el concepto creativo
- 3.5.2. Fórmulas para crear el concepto creativo
- 3.5.3. El método para romper en el mercado con la idea creativa
- 3.5.4. Ejemplos de ideas creativas que han funcionado

3.6. Cómo orquestrar un lanzamiento

- 3.6.1. Los elementos fundamentales para orquestrar con éxito un lanzamiento
- 3.6.2. Contar con un cuadro de mandos
- 3.6.3. La comunicación interna
- 3.6.4. Seguimiento del lanzamiento y del cuadro de mandos

3.7. Las piezas de marketing que intervienen en un lanzamiento y su función

- 3.7.1. Piezas de *copy* en la fase de captación
- 3.7.2. Piezas de *copy* en la fase de prelanzamiento
- 3.7.3. Piezas de *copy* en la fase de lanzamiento
- 3.7.4. Piezas de *copy* en la fase de venta

3.8. Medir un lanzamiento en tiempo real

- 3.8.1. Las métricas y KPI
- 3.8.2. Las herramientas de medición
- 3.8.3. El seguimiento de los resultados
- 3.8.4. El análisis después del lanzamiento

3.9. La etapa de postlanzamiento

- 3.9.1. Analizar y actuar después de la venta
- 3.9.2. Estrategias para mantener al cliente feliz después de la venta
- 3.9.3. Estrategias para aumentar el tique medio
- 3.9.4. Estrategias para fidelizar clientes

3.10. Herramientas para gestionar con eficacia un lanzamiento

- 3.10.1. De comunicación interna
- 3.10.2. De gestión y organización de proyectos
- 3.10.3. De optimización de la productividad
- 3.10.4. Para alojar los productos digitales
- 3.10.5. Para optimizar el SEO
- 3.10.6. Para emisiones en directo
- 3.10.7. Para los canales de contenido
- 3.10.8. Otras

Módulo 4. Copywriting para anuncios

4.1. La clásica y la nueva publicidad

- 4.1.1. Un poco de historia de la publicidad
- 4.1.2. La nueva publicidad
- 4.1.3. Las tecnologías del momento y la oportunidad para la publicidad
- 4.1.4. Las tendencias actuales en publicidad online

4.2. El copywriter en publicidad y el plan social media

- 4.2.1. Las funciones de un copywriter en una agencia
- 4.2.2. Los tipos de copywriter
- 4.2.3. La estrategia social media
- 4.2.4. Ejemplos geniales de campañas social media

4.3. La fase de investigación antes de escribir

- 4.3.1. El cliente ideal o buyer persona
- 4.3.2. Por qué compra
- 4.3.3. Investigando a la competencia
- 4.3.4. Cómo ofrecer lo que el cliente busca

4.4. Las técnicas psicológicas para escribir

- 4.4.1. Cómo lanzar el mensaje
- 4.4.2. Cómo comunicar el precio
- 4.4.3. Utilizar los principios de persuasión de R. Cialdini
- 4.4.4. Otras técnicas que funcionan en publicidad
- 4.4.5. Consejos varios para escribir anuncios

4.5. Youtube Ads

- 4.5.1. Por qué anunciarse en Youtube
- 4.5.2. Características de la publicidad en Youtube
- 4.5.3. Los formatos y tipos de anuncios
- 4.5.4. Guion para crear los anuncios en Youtube

4.6. Instagram Ads y Tik Tok Ads

- 4.6.1. Generando conversión con el copy en Instagram Ads
- 4.6.2. Ejemplos reales de campañas en Instagram
- 4.6.3. Generando conversión con el copy en Tik Tok Ads
- 4.6.4. Ejemplos reales de campañas en Tik Tok

4.7. LinkedIn Ads y Twitter Ads

- 4.7.1. Consigue anuncios más efectivos en LinkedIn Ads
- 4.7.2. Ejemplos con los que aprender
- 4.7.3. Consigue anuncios más efectivos en Twitter Ads
- 4.7.4. Ejemplos con los que aprender

4.8. Facebook Ads

- 4.8.1. Cómo crear un anuncio en Facebook
- 4.8.2. Consejos por las particularidades de esta red social
- 4.8.3. Cómo ayuda el copy en los anuncios de Facebook
- 4.8.4. Ejemplos reales de campañas

4.9. Google Ads y publicidad en stories

- 4.9.1. Consideraciones para crear anuncios en Google
- 4.9.2. Ejemplos de anuncios con copy que vende en Google
- 4.9.3. Consideraciones para crear anuncios en stories
- 4.9.4. Ejemplos de stories con copy que vende

4.10. Amazon Ads

- 4.10.1. Por qué hacer publicidad en Amazon
- 4.10.2. Tipos de anuncios en Amazon
- 4.10.3. Cómo optimizar los anuncios de Amazon con copy
- 4.10.4. Ejemplos reales de anuncios en Amazon

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”

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 según el índice global score, 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

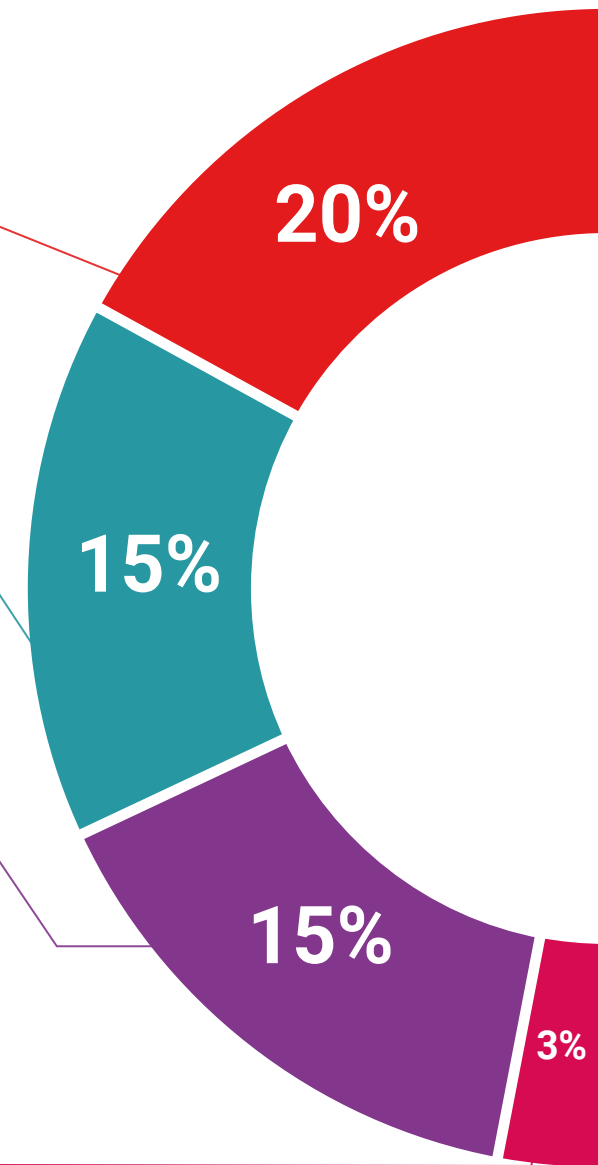
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

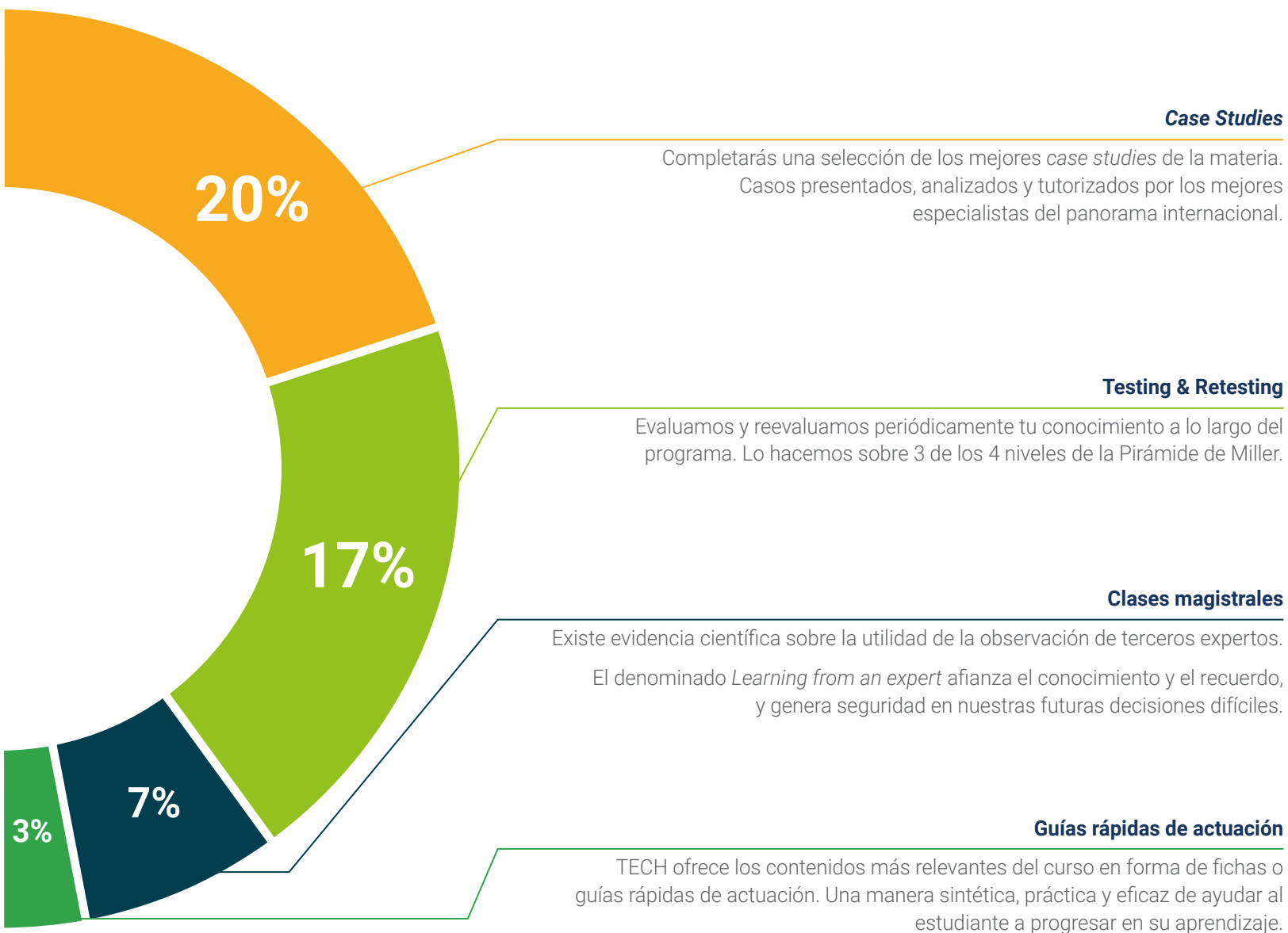
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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

Las personas que estén Graduadas, Diplomadas y Licenciadas universitarias que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de las Ciencias Sociales, la Comunicación y Jurídicas, Administrativas y Empresariales, podrán realizar este Experto Universitario.

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

Además, también lo podrán cursar los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral en el campo del Marketing Online.





“

Este Experto Universitario te aporta horas lectivas de aprendizaje intensivo sobre los diferentes tipos de lanzamientos”

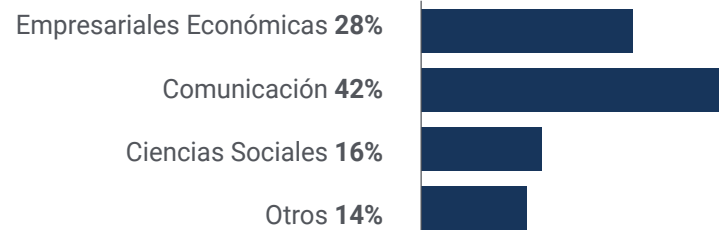
Edad media

Entre **35** y **45** años

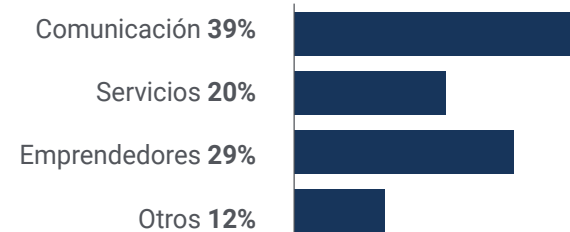
Años de experiencia



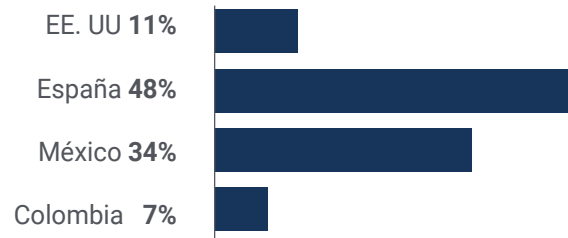
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Pablo Vázquez

Director Copywriting Agency

"Esta titulación me permitió poder escalar posiciones en la agencia de publicidad para la que trabajaba. El aprendizaje adquirido me permitió mejorar el rendimiento de los lanzamientos y generar mayor satisfacción de nuestros clientes. Todo un acierto realizar este programa"

08

Dirección del curso

Sin duda una de las principales bazas de esta titulación universitaria es su claustro. Un magnífico profesorado que ha sido seleccionado por TECH, atendiendo a su profesionalidad y su experiencia en el mundo de la Comunicación, el Marketing y Copywriting. Todo ello otorga garantías al alumnado de obtener un aprendizaje avanzado de la mano de auténticos expertos en este ámbito.



“

Podrás dar un paso firme en tu carrera profesional gracias al excelente equipo de copywriters que imparte esta titulación”

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

Dña. Hawa, Onna

- ♦ CEO de la Agencia de Marketing Digital Hawads
- ♦ Directora del Departamento de Marketing y Operaciones de la Marca Edu Iglesias
- ♦ Mentora de Programas y Proyectos de Marketing, Ventas y Emprendimiento
- ♦ Copywriter de marcas personales como Ferran Cases, Nacho Mülenhberg, Elva Abril y Paloma Cerrato
- ♦ Responsable en Puntos de Venta Multinacional Textil Calzedonia
- ♦ Grado en Filología Hispánica por la Universidad de Educación a Distancia (UNED)
- ♦ Certificación Copywriter avalada por Florida Global University en Esceueal de Copywriting
- ♦ Mentoría en Marketing Digital durante un año con la Experta Sian Conroy

Dña. Collado, María

- ♦ Redactora Creativa Freelance
- ♦ Creadora de Contenidos Freelance en DDB, C14, Dalmau Lasso, Manifiesto, McCann Erickson
- ♦ Traducción, adaptación y revisión de textos en Almacén Editorial y Transperfect
- ♦ Redactora Creativa en 72andSunny, Ámsterdam
- ♦ Redactora Creativa en Madre Buenos Aires
- ♦ Redactora Creativa en Morrison
- ♦ Redactora Creativa en Grey Group
- ♦ Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas
- ♦ Curso “Cómo convertir tu idea en una serie de TV” en sindicato ALMA de guionistas de Madrid
- ♦ Curso de Género Negro en la Escuela de Escritores de Madrid
- ♦ Curso de Locución en Instituto del Cine de Madrid
- ♦ Curso de Creación de Personajes en la Escuela de Escritores de Madrid

Dña. Pedre, Lorena

- ♦ Directora Creativa en Agencia de Comunicación Publicitaria DoubleYou
- ♦ Redactora Colaboradora de la Revista Lamono
- ♦ Redactora Colaboradora de la Revista Le Cool
- ♦ Copywriter en Gray Group Spain
- ♦ Redactora Colaboradora de CYAM Mag
- ♦ Copywriter en Smartbox
- ♦ Copywriter en FMRG Compact
- ♦ Licenciatura en Publicidad y RR.PP., Advertising por la Universitat Rovira i Virgili
- ♦ Licenciatura en Publicidad y RR.PP., Advertising por la Universidad de Valladolid
- ♦ Licenciatura en Ciencias de la Información y la Comunicación, Publicidad por la Universidad Católica del Oeste de Francia
- ♦ Máster en Estrategia y Creatividad Publicitarias, Advertising por la Universitat Ramon Llull
- ♦ Máster en Creatividad Publicitaria, Advertising por Zink Project

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

09

Impacto para tu carrera

Este programa universitario está destinado a los profesionales que deseen orientar su carrera empresarial o en el mundo del *copywriting* con éxito. Aportar esta garantía solo es posible a través del exquisito profesorado que imparte esta titulación, que guiará al alumnado para que alcance sus metas de manera satisfactoria.

Así, este Experto Universitario generará un impacto realmente positivo en el alumnado y en las entidades donde desempeñen sus funciones.



“

Demostrarás que tienes las competencias precisas para generar campañas con recursos limitados”

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

El Experto Universitario en Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente 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.

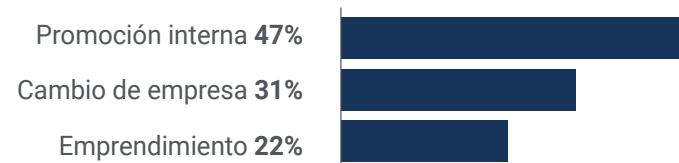
Aportarás un plus a la comunicación interna de tu empresa tras 6 meses de intensivo aprendizaje.

Captarás nuevos clientes aplicando las técnicas psicológicas más actuales para crear mensajes persuasivos.

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

Las empresas que cuenten en su *staff* con personal superespecializado en *Copywriting* sin duda obtienen ese plus de diferenciación necesario para poder establecer campañas de venta, tomar de manera adecuadas decisiones empresariales o asumir nuevos retos con mayores garantías. Todo esto y muchas más bondades aporta a las entidades, el alumnado que haya cursado este Experto Universitario y forma parte de su plantel.



“

Incrementa la fidelización de clientes de tu empresa gracias a las estrategias que te aporta esta titulación universitaria”

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 para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente 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 para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente** 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 para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente**

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 para Anuncios,
Lanzamientos y Atención
al Cliente

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

Experto Universitario

Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente