

Experto Universitario

Copywriting para
Contenidos Digitales



tech universidad
tecnológica

Experto Universitario Copywriting para Contenidos Digitales

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-copywriting-contenidos-digitales

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

Sin duda Internet genera un mundo de posibilidades para los negocios digitales. Así, sus propias webs, sus perfiles en redes sociales o el email son sus principales vías para la captación de clientes y generación de ventas. Todo un universo, donde el *copywriter* debe desenvolverse con maestría para poder hacer que cada rincón de una página sea atractivo, mejore la experiencia de usuario y consiga el objetivo de compra. Unas metas mucho más fáciles de alcanzar gracias a esta titulación 100% online, impartida por auténticas expertas en *Copywriting*. Un programa que aporta el contenido más avanzado sobre técnicas de redacción persuasiva orientadas a contenido digital, creación de embudos de venta y *UX Writing*. Todo en un formato 100% online y en tan solo 6 meses.



“

Conviértete con TECH en un auténtico copywriter generador de contenidos digitales de calidad”

El nuevo paradigma digital ha llevado a las empresas a transformar sus estrategias comerciales, enfocando sus mensajes a resolver los problemas de sus clientes y a aportarles soluciones más allá del producto. Además, llevar esta labor al gigantesco mundo de Internet, requiere de un excelente dominio sobre la redacción persuasiva, su adaptación a los diferentes canales existentes y las líneas de actuación más efectivas para la venta.

En este contexto, la figura del *copywriter* sobre sale como el profesional más demandado para poder alcanzar el éxito en esta nueva configuración socioeconómica. Por eso, TECH ha decidido impulsar la carrera de todos aquellos profesionales de la comunicación que desean adentrarse con garantías en este sector con el lanzamiento de este Experto Universitario en *Copywriting* para Contenidos Digitales.

Se trata de un programa avanzado, creado por especialistas con una amplia experiencia profesional en este ámbito, que ilustrarán al alumnado para que sea capaz de poder redactar textos persuasivos en las diferentes partes de una web o cree auténticos *storytelling* de éxito en redes sociales. Todo además con numeroso material adicional que le llevará a profundizar de manera dinámica en el email marketing y la generación de embudos de venta.

Asimismo, gracias al método *Relearning*, basado en la reiteración de contenido, el egresado conseguirá adquirir un aprendizaje mucho más directo y sencillo, dejando a un lado las numerosas horas de estudio tan frecuentes en otros sistemas de enseñanza.

De esta manera, TECH ofrece una excelente oportunidad de poder progresar en *Copywriting* 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 el temario alojado en la plataforma virtual. Una opción académica idónea para compaginar las responsabilidades más exigentes con una titulación universitaria de primer nivel.

Este **Experto Universitario en Copywriting para Contenidos Digitales** 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



Lanza con éxito las mejores estrategias de embudo de venta gracias a las indicaciones que te aportarán auténticas expertas en este campo”

“

¿Tus mails de venta acaban en la carpeta de spam? Descúbre como evitarlo con las pautas que encontrarás en esta titulación universitaria”

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.

Da un plus a tus servicios de copywriter y especialízate en UX Writer gracias a esta titulación universitaria.

Mejorarás no solo tu redacción, sino también el SEO para mejorar el posicionamiento web. Matricúlate ahora.



02

Objetivos

El objetivo de este Experto Universitario es facilitar las técnicas de redacción y recursos esenciales para generar propuestas de valor y crear contenido persuasivo para webs, redes sociales y campañas de ventas mediante email marketing. Todo de un modo mucho más sencillo gracias a los numerosos recursos pedagógicos adicionales que ofrece TECH y que aportan una visión teórico-práctica sobre Copywriting para Contenidos Digitales.



“

Dispones en este programa de numerosos ejemplos para que te inspires y lleves a cabo contenido digital de primer nivel”



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. *Copywriting* para web

- ♦ Aprender a crear o revisar los textos de una página de Inicio, en la sección sobre mí, servicios y en ventas
- ♦ Conocer cómo crear o a revisar los textos de una tienda online y de las fichas de producto
- ♦ Ahondar en una rama especializada dentro del *Copywriting*: el *UX Writing*
- ♦ Aprender a gestionar y redactar todos los mensajes que intervienen en la experiencia online del cliente

Módulo 2. *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

Módulo 3. El Email Marketing y los embudos de venta

- ♦ Aprender las generalidades del email marketing dentro de una estrategia
- ♦ Crear una lista de suscriptores
- ♦ Saber cómo hacer crecer una lista de suscriptores
- ♦ Conocer los objetivos que se pueden conseguir con email marketing
- ♦ Saber cómo no pasar desapercibido en la bandeja de entrada
- ♦ Adquirir conocimientos acerca de qué es y para qué se utilizan los embudos de venta
- ♦ Comprender la gestión de un embudo de ventas mínimo
- ♦ Aprender a gestionar un embudo de ventas para un lanzamiento
- ♦ Diferenciar entre email marketing, chatbots o comunicación por WhatsApp



Conseguirás crear listas de suscriptores de calidad aplicando las estrategias más efectivas en email marketing”

03

Dirección del curso

TECH mantiene una filosofía basada en la enseñanza de calidad y al alcance de todos. Por eso, efectúa un proceso de selección rigurosos de cada uno de los docentes que imparten las titulaciones. En este sentido, el alumnado tendrá la garantía de poder acceder a la información más actual y avanzada sobre *Copywriting* para Contenidos Digitales a través de excelentes profesionales con una amplia experiencia como *copywriter*, publicistas, escritoras y *storyteller*. Asimismo, su cercanía le llevará a resolver cualquier duda que tenga sobre el contenido de este programa.





“

Este excelente equipo docente te ayudará a que tus objetivos como copywitrer sean más fáciles de alcanzar. Inscríbete ya”

Dirección



D. Berenguer Falcó, José

- ♦ Redactor Jefe en PcComponentes y Copywriter para agencias profesionales y marcas
- ♦ Consultor de Innovación en Barrabés.biz
- ♦ *Social Media* y Copywriter en Cacahuete Comunicación
- ♦ Redactor Jefe en DiegoCoquillat.com
- ♦ Redactor Jefe de 10 Restaurantes.Es
- ♦ Maquetador y Redactor en Difussion Media
- ♦ Redactor SEO para diversas agencias de comunicación
- ♦ Director de Comunicación en Esco Expansion
- ♦ Jefe de Prensa y Comunicación del Ilustre Colegio de Abogados de Elche
- ♦ Responsable del Departamento de Comunicación del Centro Europeo de Empresas Innovadoras de Elche
- ♦ Licenciado en Periodismo

Profesores

Dña. Hernández Martin, Irene

- ♦ Consulta de comunicación en Barrabés
- ♦ Relaciones Públicas en Madison MK
- ♦ Relaciones Públicas en Cerealto Siro Food
- ♦ Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Valladolid

D. Egea, Adrián

- ♦ Gestor de Redes Sociales y comunicación online en Cacahuete Comunicación
- ♦ Copywriter para PcComponentes
- ♦ Copywriter para Unanchor
- ♦ Periodista en TeleElx
- ♦ Licenciado en Periodismo por la Universidad Miguel Hernández



04

Estructura y contenido

El plan de estudios de esta titulación universitaria ha sido confeccionado para ofrecer, en tan solo 6 meses, el conocimiento más exhaustivo sobre el *Copywriting* orientado a la web, las redes sociales y el email marketing. Una materia hoy en día esencial en la labor que realiza todo *copywriter*. Para favorecer este aprendizaje, el alumnado encontrará vídeo resúmenes de cada tema, vídeos en detalle, ejemplos de éxito y lecturas especializadas, que le permitirán además ampliar el gran contenido que adquirirá en este Experto Universitario.



“

*Finalizarás esta titulación
siendo un profesional de
primer nivel en Copywriting
para Contenidos Digitales”*

Módulo 1. Copywriting para web

- 1.1. La página principal
 - 1.1.1. Funciones de la página principal
 - 1.1.2. La propuesta de valor
 - 1.1.3. El mensaje de marketing
 - 1.1.4. El hilo conductor
 - 1.1.5. El cuerpo del texto
 - 1.1.6. Llamada a la acción
 - 1.1.7. Recursos
 - 1.1.8. Medición de la página web
- 1.2. La página sobre mí
 - 1.2.1. Funciones de la página sobre mí
 - 1.2.2. Estructura
 - 1.2.3. Mostrar quién hay detrás de la marca
 - 1.2.4. Consejos
 - 1.2.5. Añadir emoción
- 1.3. La página de servicios
 - 1.3.1. Objetivo principal de la página de servicios
 - 1.3.2. La creación de la oferta
 - 1.3.3. Tipos de ofertas
 - 1.3.4. La estructura de la página de servicios
- 1.4. La carta o la página de ventas
 - 1.4.1. Importancia y función de la página de ventas
 - 1.4.2. *Landing page* vs. Página de venta
 - 1.4.3. Estructura y elementos clave de las cartas de venta
 - 1.4.4. Páginas de venta en formato vídeo
 - 1.4.5. Otras páginas de aterrizaje o *landing page*
- 1.5. Páginas de tiendas online y fichas de producto
 - 1.5.1. Características generales de las tiendas online
 - 1.5.2. Estructura *ecommerce*
 - 1.5.3. La importancia de las fichas de producto
 - 1.5.4. Cómo crearlas para que vendan más





- 1.6. El *UX Writing* o cómo mejorar la experiencia de usuario a través de tus textos
 - 1.6.1. Entendiendo el *UX Writing*
 - 1.6.2. Qué es el *UX Writing*
 - 1.6.3. Diferencias entre el *UX Writing* y el *Copywriting*
 - 1.6.4. *Microcopy* y *UX Writing*
- 1.7. *UX Writing* y *engagement* de marca
 - 1.7.1. *Onboardings*
 - 1.7.2. Botones de llamada a la acción
 - 1.7.3. Descripciones de producto
 - 1.7.4. Formularios
 - 1.7.5. Mensajes de confirmación
 - 1.7.6. Mensajes de recuperación de contraseña y validación de correo electrónico
 - 1.7.7. Mensajes de éxito
 - 1.7.8. Estados vacíos (*empty states*)
 - 1.7.9. Mensajes de tiempo de espera
 - 1.7.10. Guía de preguntas frecuentes
 - 1.7.11. Mensajes de error
- 1.8. La inclusividad y diversidad en *UX Writing*
 - 1.8.1. Importancia de la accesibilidad en nuestros textos
 - 1.8.2. Diversidad de audiencia y experiencia de usuario
 - 1.8.3. El rol del lenguaje en la experiencia de usuario
 - 1.8.4. Guías para escribir nuestros textos de manera inclusiva
- 1.9. Accesibilidad y *UX Writing*
 - 1.9.1. Importancia de la accesibilidad en los textos
 - 1.9.2. Cómo conseguir que nuestros textos sean accesibles
 - 1.9.3. Lectores de pantalla
 - 1.9.4. El atributo ALT
- 1.10. *UX Writer* como especialización
 - 1.10.1. Perfil del *UX Writer*
 - 1.10.2. Habilidades necesarias
 - 1.10.3. Recursos útiles
 - 1.10.4. Reflexiones finales

Módulo 2. Copywriting para marketing de contenidos y redes sociales

- 2.1. Entendiendo la nueva forma de vender
 - 2.1.1. Qué es el marketing de contenidos
 - 2.1.2. Tipos de contenidos que podemos crear
 - 2.1.3. Artículos
 - 2.1.4. Entrevistas
 - 2.1.5. Listas
 - 2.1.6. Noticias
 - 2.1.7. Vídeos
 - 2.1.8. Historias (*storytelling*)
 - 2.1.9. Casos de éxito
 - 2.1.10. Artículos de invitados
 - 2.1.11. Infografías, estadísticas o gráficos
- 2.2. Herramientas para generar ideas de contenido
 - 2.2.1. Herramientas específicas online
 - 2.2.2. Chat GPT
 - 2.2.3. Reciclaje de temas
 - 2.2.4. Curación de contenidos
 - 2.2.5. De las FAQ (preguntas frecuentes)
- 2.3. Las Redes Sociales: grandes aliadas del *Copywriting*
 - 2.3.1. Copywriting para redes sociales
 - 2.3.2. Identificar a la competencia
 - 2.3.3. Conocer a los seguidores
 - 2.3.4. Buscar opiniones
- 2.4. Particularidades de cada red social
 - 2.4.1. *Copy* para Facebook
 - 2.4.2. *Copy* para Instagram
 - 2.4.3. *Copy* para Pinterest
 - 2.4.4. *Copy* para TikTok
- 2.5. *Copywriting* para LinkedIn
 - 2.5.1. El *copy* en el banner
 - 2.5.2. El *copy* en el perfil
 - 2.5.3. El *copy* en el "Acerca De"
 - 2.5.4. Los tipos de contenidos a publicar
 - 2.5.5. Otros aspectos de la red profesional
- 2.6. *Copywriting* para guiones de audio y vídeo
 - 2.6.1. Audio o vídeo
 - 2.6.2. *Videopodcast*: lo mejor de los dos mundos
 - 2.6.3. Cómo hacer vídeos para Youtube
 - 2.6.4. La importancia de hacer un guion para *podcast*
 - 2.6.5. Cómo hacer un guion para *podcast* paso a paso
 - 2.6.6. Medir y convertir con la estrategia de *podcast*
- 2.7. *Copywriting* para blogs
 - 2.7.1. Conocer al público ¿qué querrías leer tú?
 - 2.7.2. Qué palabras escoger
 - 2.7.3. Cómo estructurar el artículo
 - 2.7.4. Qué imágenes escoger
 - 2.7.5. Cómo mejorar el SEO
- 2.8. Las *keywords* para una estrategia de SEO
 - 2.8.1. Fuentes de *keywords*
 - 2.8.2. Herramientas para hacer un *keyword research*
 - 2.8.3. Organiza tu *keyword research*
 - 2.8.4. *Search Intent*
 - 2.8.5. *Buyer journey*
 - 2.8.6. Analiza la SERP
- 2.9. El plan de contenidos
 - 2.9.1. Análisis de la situación
 - 2.9.2. Definición de objetivos y KPI
 - 2.9.3. Público objetivo
 - 2.9.4. Definición de estrategia de contenidos
 - 2.9.5. Definición de canales
 - 2.9.6. Calendario editorial
 - 2.9.7. Medición de resultados

- 2.10. *Copy para merchandising, packaging* y otros formatos físicos
 - 2.10.1. Los beneficios del *copy* en los formatos físicos.
 - 2.10.2. Envoltorios y etiquetas
 - 2.10.3. Publicidad y cartelería
 - 2.10.4. Documentación y facturas
 - 2.10.5. Tienda, oficina o lugar físico

Módulo 3. El mail Marketing y los embudos de venta

- 3.1. Generalidades email marketing
 - 3.1.1. A qué se le llama email marketing
 - 3.1.2. Características
 - 3.1.3. Estructuras
 - 3.1.4. Tipos de emails
- 3.2. Cómo crear desde cero una lista de suscriptores
 - 3.2.1. Estrategias para crear la lista
 - 3.2.2. Canales para apoyarse
 - 3.2.3. Herramientas de email marketing
 - 3.2.4. Frecuencia de emails
- 3.3. Cómo escribir los correos según los objetivos
 - 3.3.1. Email de contenidos
 - 3.3.2. Emails experiencia de usuario
 - 3.3.3. Emails de venta
 - 3.3.4. Fuentes de inspiración de contenidos
- 3.4. Cómo no pasar desapercibido en la bandeja de entrada
 - 3.4.1. Fórmulas para crear titulares
 - 3.4.2. Ejemplo de primeros emails secuencia de correo de suscripción
 - 3.4.3. Ejemplo de email corporativo
 - 3.4.4. Cómo evitar acabar en la carpeta de spam
- 3.5. Cómo vender a través del email marketing
 - 3.5.1. Cómo es vender con email marketing
 - 3.5.2. Ejemplos de secuencias de correo
 - 3.5.3. Ejemplos de correos de seguimiento
 - 3.5.4. Ejemplos de correo de cierre de venta y postventa
- 3.6. Otros aspectos a tener en cuenta
 - 3.6.1. La longitud
 - 3.6.2. La medición
 - 3.6.3. La personalización
 - 3.6.4. El horario de envío
- 3.7. Embudo de ventas: embudo mínimo viable
 - 3.7.1. Elementos que necesitas para crear un embudo de ventas
 - 3.7.2. Lead magnet en el embudo de ventas
 - 3.7.3. Potenciar tu embudo de manera orgánica
 - 3.7.4. Publicidad para el embudo de ventas. Llevando tu embudo a un nivel más alto
- 3.8. Embudos permanentes
 - 3.8.1. Por qué debes tener un embudo de ventas automático
 - 3.8.2. Elementos que te permiten mantener y optimizar tu embudo
 - 3.8.3. Mantenimiento, revisiones y analíticas
 - 3.8.4. Cierre de ventas del embudo
- 3.9. Embudos para lanzamientos
 - 3.9.1. Cómo preparar tu lanzamiento
 - 3.9.2. Embudos para lanzamiento en directo y modalidades
 - 3.9.3. Publicidad específica para lanzamientos
 - 3.9.4. Convertir tu embudo en un lanzamiento *evergreen*
- 3.10. Email marketing vs. *Chatbot* o WhatsApp
 - 3.10.1. Las ventajas de los *chatbots*
 - 3.10.2. Las ventajas del email marketing
 - 3.10.3. Personalizar el mensaje a través de la segmentación
 - 3.10.4. ¿Puede el WhatsApp complementarse con la estrategia de email marketing?

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 emitieran 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 Expero Universitario en Copywriting para Contenidos Digitales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Experto Universitario en Copywriting para Contenidos Digitales** 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 Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** 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 Contenidos Digitales**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**



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

salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente
desarrollo web formación
aula virtual idiomas

tech universidad
tecnológica

Experto Universitario

Copywriting para
Contenidos Digitales

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Copywriting para
Contenidos Digitales

NEWS

tech universidad
tecnológica