





# Copywriting Freelance

» Modalidad: online

» Duración: 6 meses

» Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS

» Horario: a tu ritmo» Exámenes: online

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

# Índice

O1

Presentación

pág. 4

Objetivos

pág. 8

Dirección del curso Estructura y contenido

03

pág. 12 pág. 16

Metodología

06 Titulación

05

pág. 30

pág. 22





## tech 06 | Presentación

En los últimos años, se ha producido un gran crecimiento de los negocios digitales, que, a su vez, ha llevado a la aparición de nuevas profesiones. Entre ellas, se encuentra el *copywriter*, quizás uno de los roles más imprescindibles para poder conseguir el objetivo de venta por parte de las empresas.

Una situación idónea para todos aquellos comunicadores que desean emprender su actividad como *freelance*, dadas su capacidad para la redacción y captar la atención del comprador. En esta línea, se adentra este Experto Universitario en Copywriting Freelance.

Un programa 100% online, cuyo itinerario académico llevará al alumnado a poder conocer las principales fórmulas de creación de contenido persuasivo, a profundizar en el neuromarketing y a disponer de numerosas herramientas para poder desarrollar con éxito su carrera profesional como *copywriter* independiente.

Se trata de un temario teórico, pero con una perspectiva práctica en la que el egresado dispondrá de numerosos ejemplos y casos de estudio, que le permitirá desarrollar su actividad con garantías y evitando cometer los errores de todo principiante en este sector.

De esta manera, TECH Universidad FUNDEPOS ofrece una excelente oportunidad de poder crecer en el sector mediante un Experto Universitario flexible y cómodo. Y es que tan solo necesita de un dispositivo electrónico con conexión a internet (ordenador, *Tablet* o móvil), para poder visualizar el contenido alojado en la plataforma virtual. Un programa de calidad idealpara compaginar las responsabilidades diarias con una titulación universitaria acordea los tiempos actuales.

Este **Experto Universitario en Copywriting Freelance** 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



Si tienes un ordenador con conexión a internet podrás acceder en cualquier momento del día al temario de este programa universitario"

## Presentación | 07 tech



Indaga cuando lo desees en las principales técnicas de investigación utilizadas actualmente para conocer a tu competencia"

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.

Los numerosos recursos adicionales te permitirán adquirir un amplio conocimiento sobre las principales estrategias de gestión de clientes.

Una opción académica que te llevará a aprender a vender por valor no por precio.





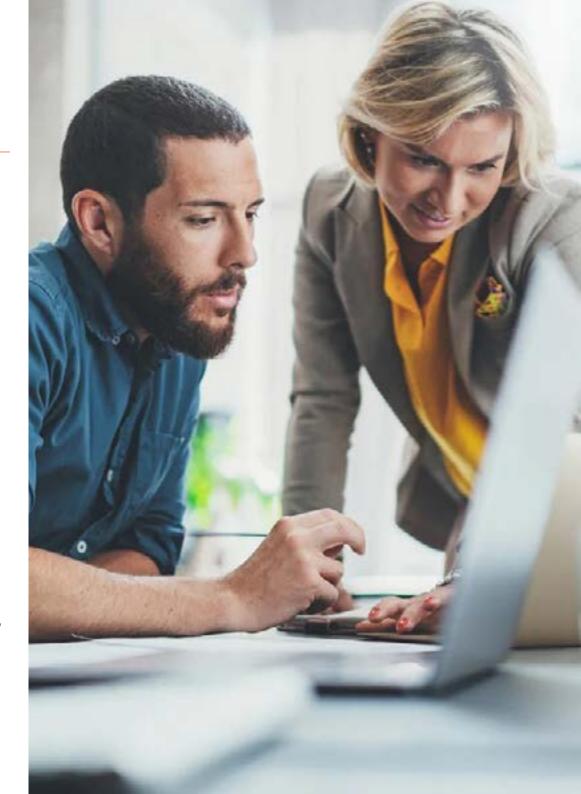


# tech 10 | Objetivos



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

- Conocer qué es el Copywriting
- Saber qué hace un copywriter
- Desarrollar las habilidades que necesita un copy
- Aprender las técnicas para investigar a la marca y a su competencia
- Definir al cliente ideal
- Identificar los motivadores de compra universales
- Conocer sobre psicología, neuromarketing, marketing generacional y neuroCopywriting
- Descubrir qué es y cómo se hace la transcreación

#### Módulo 2. 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 3. El Copywriter Freelance

- Aprender a desenvolverse como un copywriter freelance desde el primer día que empieza a trabajar con un cliente
- Saber cómo comenzar la relación con un cliente
- Diseñar un catálogo de servicios
- Ahondar en la presentación de presupuestos para aumentar la tasa de aceptación del mismo
- Aprender a hacer facturas
- Saber cómo recoger testimonios de clientes
- Trabajar con un sistema de control de calidad de proyectos
- Aprender a presentar proyectos de manera convincente
- Conocer la gestión de las métricas en Copywriting



Dominarás el neuromarketing, el marketing generacional y neurocopywriting en tan solo 6 meses"





## tech 14 | Dirección del curso

### 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 Autónoma 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 Gaik
- 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. Vilá, Yolanda

- Responsable de Comunicación Estratética y co-fundadora de "A propósito"
- Copywriter y UX Writer en ABA English
- Copywriter Freelance para marcas como Venca, Degustabox, Médicos Sin Fronteras, Lavinia Interactiva, Grey Group, Batabat Producciones, PUE, Coesencia, FMRG y DKV
- Copywriter en el Departamento de Marketing de Grey Group Barcelona
- Redactora creativa y responsable de promociones en departamento de Marketing-Promociones de Venca
- Copywriter junior en Wunderman Barcelona
- Licenciada en Publicidad y RRPP por la Universitat Autònoma de Barcelona
- Máster en Entretenimiento Televisivo por UOC y TV3
- Postgrado en Comunicación Radiofónica por la Universitat de Girona



Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria"

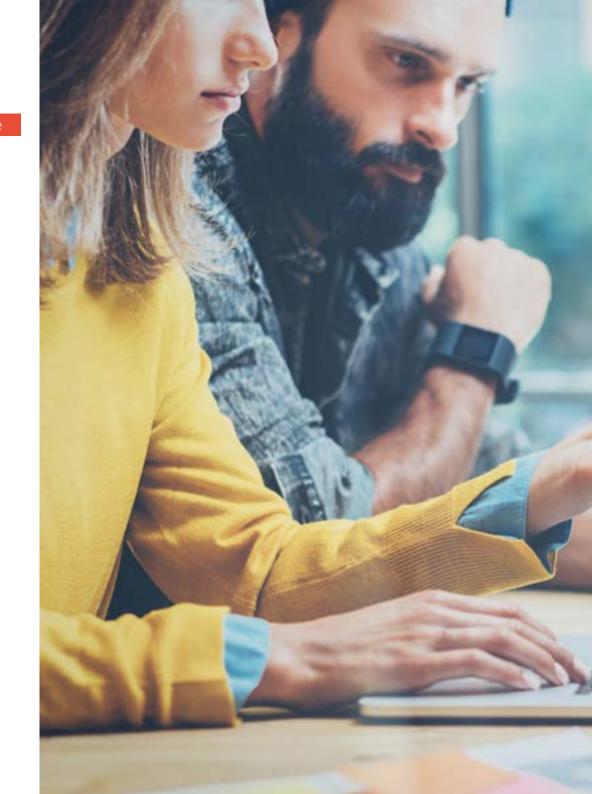




# tech 18 | Estructura y contenido

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

- 1.1. Descubriendo el Copywriting
  - 1.1.1. Qué es y qué no es Copywriting
  - 1.1.2. La profesión del copywriter actual
  - 1.1.3. Dónde se puede aplicar Copywriting
  - 1.1.4. Qué hace el Copywriting por una marca
- 1.2. Aprendiendo a redactar
  - 1.2.1. Lengua oral vs. Lengua escrita
  - 1.2.2. Recomendaciones gramaticales
  - 1.2.3. Recursos expresivos
  - 1.2.4. Aspectos ortográficos
- 1.3. Entrenándote para escribir
  - 1.3.1. 10 maneras distintas de contar
  - 1.3.2. La construcción del texto
  - 1.3.3. Ejercicios para poner el cerebro en modo palabras
  - 1.3.4. Disparadores de ideas
  - 1.3.5. Las asociaciones forzadas
  - 1.3.6. Transiciones
- 1.4. La etapa de investigación
  - 1.4.1. Por qué la investigación será tu mejor aliada
  - 1.4.2. Distintas herramientas para obtener información
  - 1.4.3. El arte de crear cuestionarios
  - 1.4.4. Investiga por tu cuenta
  - 1.4.5. Cómo organizar la información recabada
- 1.5. Definiendo al cliente ideal
  - 1.5.1. ¿El cliente ideal es todo el mundo?
  - 1.5.2. Principales características
  - 1.5.3. Tipología de clientes ideales
  - 1.5.4. Aprende a vender por valor no por precio
  - 1.5.5. Los niveles de consciencia del cliente



- 1.6. Los motivadores de compra universales
  - 1.6.1. Qué son y qué papel juegan en el Copywriting
  - 1.6.2. El amor, la atracción, la belleza
  - 1.6.3. Dinero, estatus, estilo de vida
  - 1.6.4. Momentos, personalidad, salud
  - 1.6.5. Seguridad, tendencia, tiempo
- 1.7. El Copywriting y la psicología
  - 1.7.1. Qué tienen que ver el Copywriting y la psicología
  - 1.7.2. ¿El copy es un psicólogo?
  - 1.7.3. Desarrollando la empatía
  - 1.7.4. Sistematizar los hallazgos
  - 1.7.5. Utilizar un lenguaje activo
- 1.8. Neuromarketing y neurocopywriting
  - 1.8.1. Qué es el neuromarketing
  - 1.8.2. Qué enseña el neuromarketing
  - 1.8.3. Cómo utilizan las marcas el neuromarketing
  - 1.8.4. Neurocopywriting
- 1.9. Conociendo el marketing generacional
  - 1.9.1. Qué es el marketing generacional y cómo influye en Copywriting
  - 1.9.2. La generación silenciosa
  - 1.9.3. Los baby boomers
  - 1.9.4. Los millenials
  - 1.9.5. La generación Z
  - 1.9.6. Los nativos digitales
- 1.10. Las herramientas
  - 1.10.1. Para crear tu web
  - 1.10.2. Para crear tu portfolio
  - 1.10.3. Para crear propuestas de proyecto
  - 1.10.4. Para comunicarse con los clientes
  - 1.10.5. De imagen y diseño
  - 1.10.6. De gestión de clientes
  - 1.10.7. De revisión de textos
  - 1.10.8. De redes sociales
  - 1.10.9. De contenido

## Módulo 2. Las técnicas del Copywriting

- 2.1. Los principios de persuasión
  - 2.1.1. Los 6 principios de la persuasión de Cialdini
  - 2.1.2. Reciprocidad
  - 2.1.3. Escasez
  - 2.1.4. Autoridad
  - 2.1.5. Consistencia
  - 2.1.6. Simpatía
  - 2.1.7. Consenso
- 2.2. Las fórmulas más populares para escribir con Copywriting
  - 2.1.1. Fórmula AIDA
  - 2.2.2. La fórmula de las 4 P
  - 2.2.3. La PAS
  - 2.2.4. La fórmula de las 4 U
  - 2.2.5. La fórmula FAB
- 2.3. Fórmulas menos frecuentes en copy
  - 2.3.1. La fórmula Sugarman
  - 2.3.2. La fórmula ADP
  - 233 La fórmula PASTOR
  - 2.3.4. Aforest
  - 235 La fórmula BUCLE
  - 2.3.6. La fórmula STONE
- 2.4. Otras fórmulas que no lo parecen
  - 2.4.1. La fórmula de los 3 porqués
  - 2.4.2. Fórmula de *Copywriting* 1 2 3 4
  - 2.4.3. Fórmula ¿Y qué?
  - 2.4.4. Fórmula de los 9 puntos
  - 2.4.5. Fórmula AICPBSAWN
- 2.5. Los titulares
  - 2.5.1. La importancia de un buen titular
  - 2.5.2. Tipos de titulares
  - 2.5.3. Investigar para identificar buenos titulares
  - 2.5.4. El papel de los subtítulos

## tech 20 | Estructura y contenido

- 2.6. Creando titulares
  - 2.6.1. Herramientas para crear titulares
  - 2.6.2. Fórmulas para crear titulares
  - 2.6.3. Técnicas y trucos
  - 2.6.4. Ejemplos de titulares
- 2.7. El maravilloso mundo del storytelling
  - 2.7.1. Los factores más importantes
  - 2.7.2. El tipo de historias existentes
  - 2.7.3. Para qué sirven las historias
  - 2.7.4. Dónde es posible aplicar storytelling
- 2.8. Cómo crear buenas historias
  - 2.8.1. Fórmulas de storytelling
  - 2.8.2. El viaje del héroe
  - 2.8.3. Elementos para crear buenas historias
  - 2.8.4. Ejemplos de historias con diversos objetivos
- 2.9. No te vayas sin un call to action (CTA)
  - 2.9.1. La llamada a la acción es un clic
  - 2.9.2. Cómo crear una CTA o llamada a la acción
  - 2.9.3. Tipos de llamada a la acción
  - 2.9.4. Análisis de ejemplos de CTA
- 2.10. La curación de contenidos
  - 2.10.1. Oué es la curación de contenidos
  - 2.10.2. Qué hace un content curator
  - 2.10.3. Los 10 pasos
  - 2.10.4. Las 4 S
  - 2.10.5. Técnicas varias para la curación
  - 2.10.6. Herramientas para la curación

### Módulo 3. El Copywriter Freelance

- 10.1. Lo más importante para ser un copy freelance
  - 10.1.1. Por dónde empezar
  - 10.1.2. Temas legales: el contrato
  - 10.1.3. Consideraciones de negocio mínimo viable

- 10.1.4. Canales en los que darse a conocer
- 10.1.5. Cómo encontrar trabajo
- 10.1.6. La importancia del networking
- 10.2. Cómo comenzar la relación con un cliente
  - 10.2.1. El formulario de captación: qué es
  - 10.2.2. Qué preguntas incluir en los formularios de captación
  - 10.2.3. Los formularios de contacto
  - 10.2.4. Ejemplos de diferentes formularios de captación
- 10.3. El catálogo de servicios
  - 10.3.1. Cuáles son los servicios más demandados
  - 10.3.2. La auditoría de Copywriting
  - 10.3.3. La consultoría en Copywriting
  - 10.3.4. Los servicios web
  - 10.3.5. Servicios específicos
  - 10.3.6. Ideas generales para poner precios
- 10.4. Cómo presentar presupuestos para cerrar un alto porcentaje de aceptación
  - 10.4.1. Cómo evitar que nos digan que no o que desaparezcan
  - 10.4.2. Dejar la piedra en tu tejado
  - 10.4.3. No hay que precipitarse
  - 10.4.4. Escuchar y conocer bien al cliente
  - 10.4.5. Personalizar destacando los beneficios
  - 10.4.6. Detallar lo que incluye y lo que no incluye
  - 10.4.7. Dar una fecha tope
- 10.5. Las facturas
  - 10.5.1. Los imprescindibles en una factura
  - 10.5.2. Secuencia de correos de seguimiento y reclamación de cobros
  - 10.5.3. Suelo rústico
  - 10.5.4. Herramientas útiles de facturación y cobro
- 10.6. Los testimonios
  - 10.6.1. Los beneficios y riesgos de publicar un testimonio
  - 10.6.2. Cómo recopilar testimonios rápido
  - 10.6.3. Cómo y dónde utilizar la prueba social
  - 10.6.4. Los testimonios como estrategia de éxito de algunas campañas



## Estructura y contenido | 21 tech

- 10.7. La transcreación: a medio camino entre el copy y la traducción
  - 10.7.1. ¿Qué es la transcreación?
  - 10.7.2. El origen de la transcreación
  - 10.7.3. El proceso de transcreación
  - 10.7.4. Aplicaciones de la transcreación
  - 10.7.5. Sonrisas y lágrimas (casos de aplicación con éxito y fracasos)
- 10.8. La guía de control de calidad
  - 10.8.1. Los elementos a examinar antes de entregar un proyecto
  - 10.8.2. Un chequeo sobre la atención
  - 10.8.3. Los filtros matemáticos de un texto
  - 10.8.4. Gramática y estilo
- 10.9. La entrega de proyecto
  - 10.9.1. Cómo y por qué no entregar unos textos en Word
  - 10.9.2. La estructura de un buen documento de entrega de proyecto
  - 10.9.3. La sesión de presentación
  - 10.9.4. La presentación del copy en wireframes
  - 10.9.5. Qué hacer si el cliente dice que no
- 10.10. Las métricas para copywriters
  - 10.10.1. Por qué es importante medir
  - 10.10.2. Las KPI en Copywriting
  - 10.10.3. Las herramientas
  - 10.10.4. Cómo vendérselo al cliente



Este programa te ayudará a saber vender tu cartera de servicios como freelance y a elaborar presupuestos realmente efectivos. Inscríbete ya"





# tech 24 | Metodología

## 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 Universidad FUNDEPOS 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.

## Metodología | 25 tech



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 Universidad FUNDEPOS 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 tomasen 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.

# tech 26 | Metodología

## Relearning Methodology

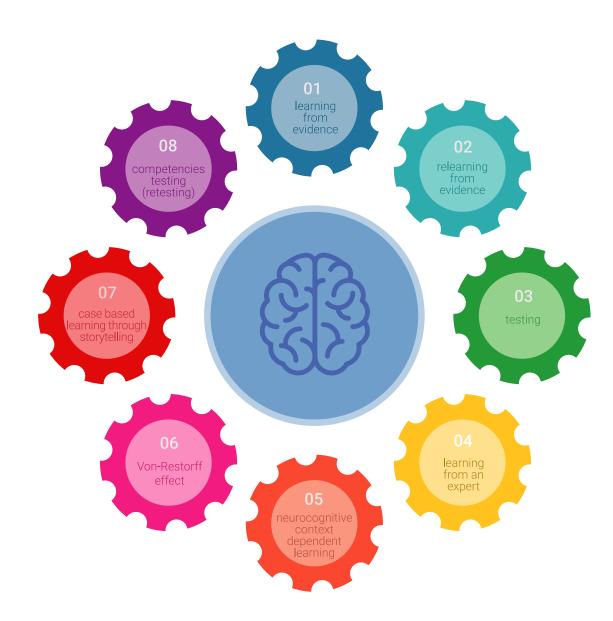
TECH Universidad FUNDEPOS aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

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 Universidad FUNDEPOS 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.





## Metodología | 27 tech

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 Universidad FUNDEPOS. 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.



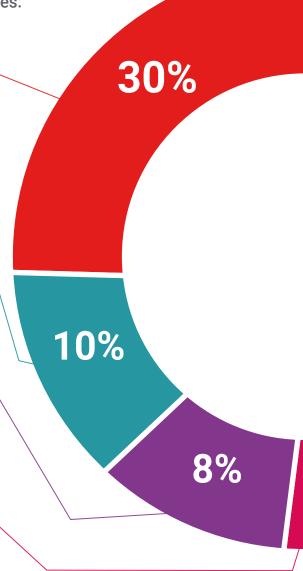
#### Prácticas de habilidades y competencias

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 Universidad FUNDEPOS el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.



20%

#### 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 Universidad FUNDEPOS 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.





**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.



25%





## tech 32 | Titulación

El programa del **Experto Universitario en Copywriting Freelance** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Universidad Tecnológica, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Universidad Tecnológica y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: Experto Universitario en Copywriting Freelance

Modalidad: online

Duración: 6 meses





<sup>\*</sup>Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Universidad Tecnológica recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad FUNDEPOS

# **Experto Universitario**Copywriting Freelance

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

