

Experto Universitario

Copywriting para Anuncios,
Lanzamientos y Atención al Cliente



Experto Universitario

Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente

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

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-copywriting-anuncios-lanzamientos-atencion-cliente

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

El volumen de negocios digitales ha aumentado en los últimos años debido a una apuesta férrea de los usuarios por invertir gran cantidad de su tiempo al día navegando por Internet, compartiendo información o buscando en webs donde adquirir productos. Un espacio idóneo para las ventas, que ha potenciado el rol del *copywriter*. Un perfil que debe ser amo y maestro de la redacción persuasiva y de las estrategias para la captación de clientes. Y es en esta línea en la que se centra este programa 100% online, impartido por un excelente equipo de especialistas en *Copywriting*. Una titulación avanzada sobre la creación de anuncios, lanzamientos y las mejores técnicas para atender a los clientes. Una oportunidad única de crecer profesionalmente en un sector en alza.





“

Aprende a cómo realizar un lanzamiento efectivo de principio a fin gracias al Experto Universitario 100% online”

Internet ha generado nuevas formas de comunicación, lenguajes y alternativas para captar la atención de los usuarios y clientes. Una transformación, donde el *copywriting* ha sabido combinar la redacción persuasiva con la psicología orientada a la venta.

En este espacio, los negocios digitales proliferan y la pugna por la diferenciación se hace aún mucho más patente. Aquí entra en juego las habilidades y capacidades de los *copywriters* a la hora de crear anuncios en los distintos canales, realizar lanzamientos o atender al cliente. Para impulsarlas nace este Experto Universitario que facilita al alumnado las técnicas de persuasión y herramientas de creación de contenido necesarias para progresar en un sector en alza.

Se trata de un programa con una perspectiva teórico-práctica que llevará al egresado a conocer las numerosas fórmulas para escribir con *Copywriting*, la elaboración de storytelling, las estructuras más efectivas para comunicarse con un cliente o las estrategias para realizar un lanzamiento. Todo, además, complementado por vídeo resúmenes de cada tema, vídeos en detalle, lecturas especializadas o los casos de éxitos de grandes compañías como Amazon, Apple, Zara o British Airways.

Una magnífica ocasión de poder convertirse en todo un especialista de la mano de auténticos expertos en este campo, cuya dilatada trayectoria profesional suponen un aval de garantía para el alumnado que curse esta titulación universitaria.

Así, TECH abre un abanico de posibilidades de crecimiento laboral a los comunicadores que deseen orientar su carrera hacia el *Copywriting* en las mejores agencias publicitarias o bien en modalidad freelance. Además, mediante una opción académica flexible a la que podrá acceder cómodamente, como y cuando desee, desde un móvil, tablet u ordenador con conexión a internet.

Este **Experto Universitario en Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente** 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



Serás capaz de utilizar con la máxima excelencia el lenguaje emocional para persuadir y aumentar las ventas”

“

Conoce los casos de éxito de anuncios online y las fórmulas que los copywriters emplearon para lograrlo. Matricúlate ahora”

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 programa académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Tienes a tu alcance todas las herramientas que necesitas para poder crear titulares impactantes y cautivar al futuro comprador.

En tan solo 6 meses serás un especialista en la creación de Ads y lanzamiento a través de las técnicas más efectivas del copywriter.



02

Objetivos

A lo largo de este Experto Universitario el profesional obtendrá un aprendizaje que podrá integrar en su día a día en la elaboración de campañas de anuncios online, estrategias y desarrollo de lanzamiento. Para lograrlo contará con recursos pedagógicos en los que TECH ha empleado la última tecnología aplicada a la enseñanza universitaria. Además, podrá alcanzar sus objetivos con éxito gracias al acompañamiento de auténticas expertas en el sector *copywriting*.



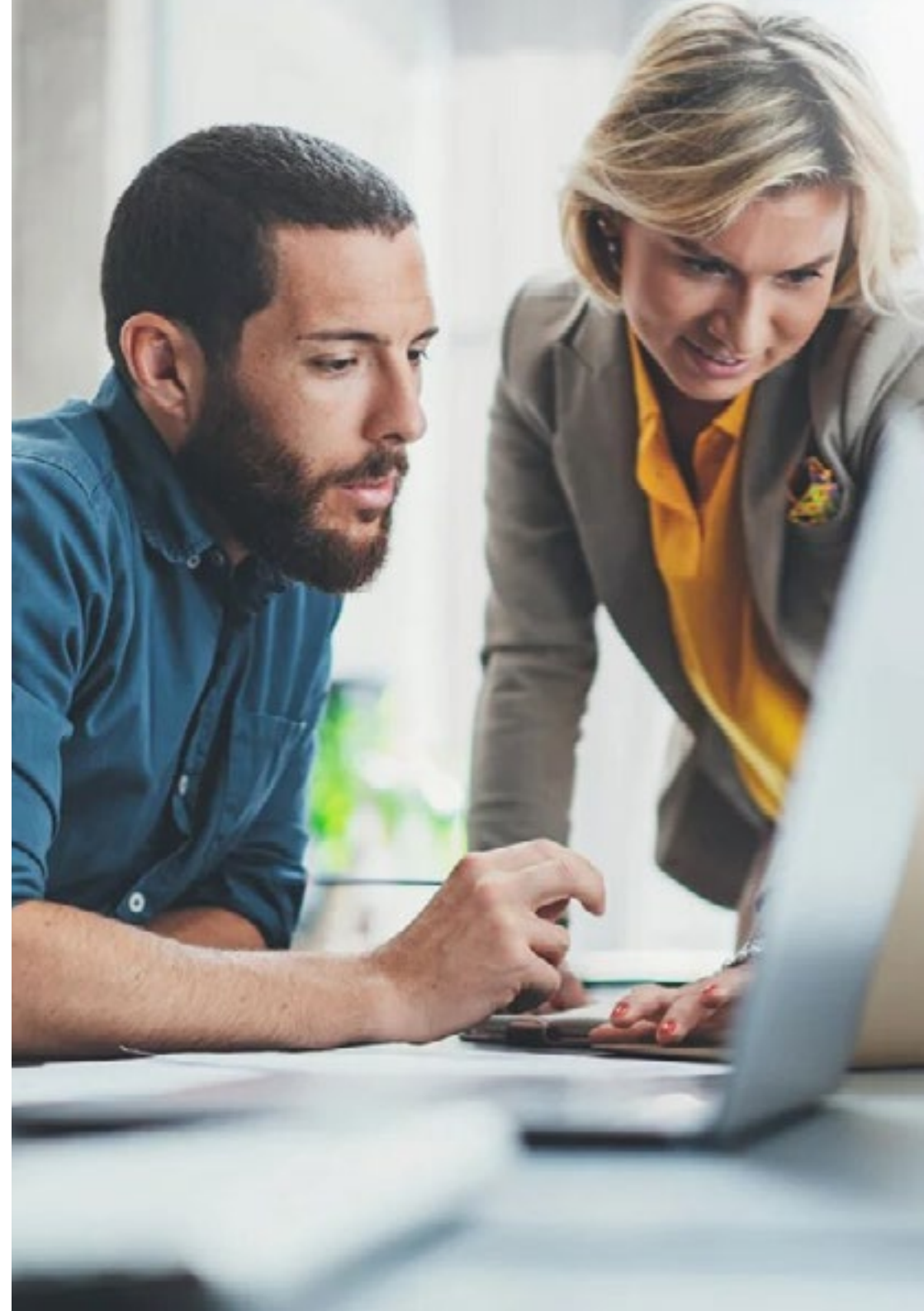
“

Sabrás como mejorar la atención con el cliente con Copywriting con este programa universitario. Da el paso e inscríbete ya”



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. Venta, atención al cliente y *Copywriting*

- ♦ Aprender por qué son importantes las técnicas de persuasión en *Copywriting*
- ♦ Conocer qué es y cómo se utiliza el lenguaje de la emoción
- ♦ Profundizar en cómo se utiliza el lenguaje del beneficio
- ♦ Conocer ejemplos reales de los lenguajes de la persuasión
- ♦ Aprender a aumentar las ventas con autoridad y confianza
- ♦ Descubrir cómo aplicar el *Copywriting* en atención al cliente
- ♦ Saber gestionar la comunicación en situaciones complicadas
- ♦ Reconocer la importancia de la comunicación interna
- ♦ Aprender cómo enfocar una presentación B2B
- ♦ Conocer qué es un CRM y cómo aplicar el *Copywriting* en su ámbito

Módulo 2. *Copywriting* para lanzamientos

- ♦ Entender qué es y para qué sirve un lanzamiento
- ♦ Identificar qué tipos de lanzamiento existen
- ♦ Conocer todas las etapas en un lanzamiento
- ♦ Comprender cómo aplicar el *Copywriting* en cada fase de lanzamiento
- ♦ Saber todas las piezas de *Copywriting* que intervienen en un lanzamiento
- ♦ Gestionar los resultados a tiempo real de las distintas fases del lanzamiento y actuar en consecuencia
- ♦ Conocer las herramientas que ayudan a gestionar con éxito un lanzamiento
- ♦ Saber qué hacer en la etapa de poslanzamiento

Módulo 3. *Copywriting* para anuncios

- ♦ Reflexionar sobre los cambios entre la publicidad clásica y la nueva
- ♦ Conocer qué tiene que ver la figura del *copywriter* con la publicidad
- ♦ Saber qué es el plan social media
- ♦ Conocer el paso a paso antes de escribir para los anuncios
- ♦ 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*



Una campaña no tiene éxito real, sino la analizas correctamente. Este programa te dará las herramientas de medición más reciente en seguimiento de resultados”

03

Dirección del curso

La versatilidad caracteriza al equipo de profesionales que integra esta titulación. Con un amplio recorrido profesional en el mundo del *copywriting*. Han sido capaces de aglutinar en 450 horas lectivas, el aprendizaje más avanzado sobre este sector orientado a la creación de Ads y lanzamiento de productos. Una experiencia académica de gran utilidad para el egresado que busque progresar en este ámbito de la mano de auténtica expertas.





“

Resuelve cualquier duda que tengas con las mejores expertas en Copywriting del momento”

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. Mas Valle, Alba

- ♦ Redactora de contenido pccomponentes.com
- ♦ Redactora de contenido para agencias de comunicación
- ♦ Docente en el Grupo Sorolla
- ♦ Coordinadora y dinamizadora de actividades multidisciplinares en la Universidad Miguel Hernández
- ♦ Licenciatura Ciencias Sociosanitarias
- ♦ Máster Formación Secundaria
- ♦ Experto universitario en habilidades de dirección de equipos y gestión de talento
- ♦ Ciclo Superior Promoción en Igualdad de género
- ♦ AWAI's Accelerated Program for Six-Figure Copywriting program



Dña. Sycheva, Mila

- ♦ Responsable de diversificación de Distrito Digital Comunidad Valenciana
- ♦ Manager de exportación en TheSize Surfaces
- ♦ Gestión de *key accounts* de Europa de Stonehengen
- ♦ Docente asociada Universidad Miguel Hernández
- ♦ Licenciada en ADE por la Universidad de Alicante
- ♦ Máster Ejecutivo en Inteligencia Artificial
- ♦ Master MBA por la Universidad Miguel Hernández

“

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

04

Estructura y contenido

Sin duda la efectividad del sistema *Relearning*, basado en la reiteración continuada de los conceptos clave, llevará al alumnado a obtener un aprendizaje real. De esta manera, podrá estar al tanto sobre los principios de persuasión, las fórmulas para escribir con Copywriting, cómo construir autoridad de venta o las herramientas para gestionar con un lanzamiento. Un extenso temario focalizado en aportar un conocimiento de gran utilidad práctica y que impulse la carrera profesional del egresado.



“

Sin presencialidad y sin clases con horarios fijos. Tienes la libertad de autogestionar tu tiempo de estudio y acceder cuando quieras a un temario de calidad”

Módulo 1. Venta, atención al cliente y *Copywriting*

- 1.1. La persuasión en el *Copywriting* para aumentar las ventas
 - 1.1.1. Por qué es importante utilizar la persuasión en el *Copywriting*
 - 1.1.2. Principios básicos de la persuasión y cómo se aplica en *Copywriting*
 - 1.1.3. Diferencia entre persuadir, influir y manipular
 - 1.1.4. Análisis de un autor de referencia
- 1.2. Las necesidades y deseos del cliente en la persuasión
 - 1.2.1. Técnicas de la persuasión, el lenguaje emocional y el del beneficio
 - 1.2.2. Sus aplicaciones
 - 1.2.3. Por qué es importante utilizar las necesidades y deseos del cliente en el *Copywriting*
 - 1.2.4. Identificando los deseos del cliente
- 1.3. El papel del lenguaje del beneficio en el *Copywriting* en la persuasión
 - 1.3.1. Por qué es importante utilizar el lenguaje del beneficio en el *Copywriting*
 - 1.3.2. Identificando los beneficios del producto o servicio
 - 1.3.3. Utilizando el lenguaje del beneficio en el *Copywriting* y aumentar las ventas
 - 1.3.4. Cómo utilizar testimonios de clientes aumentar la confianza
- 1.4. El papel del lenguaje emocional en el *Copywriting*
 - 1.4.1. Por qué es importantes el lenguaje emocional en el *Copywriting*
 - 1.4.2. Identificando las emociones del cliente
 - 1.4.3. Cómo utilizar el lenguaje emocional para persuadir y aumentar las ventas
 - 1.4.4. Las emociones que más se utilizan en el *Copywriting* para ventas
- 1.5. *Copywriting* para aumentar las ventas: autoridad y confianza
 - 1.5.1. Cómo utilizar el *Copywriting* para construir autoridad en tus ventas
 - 1.5.2. Construyendo la autoridad en el *Copywriting*, con demostración y experiencia
 - 1.5.3. Construyendo la confianza en el *Copywriting*, con transparencia y la honestidad
 - 1.5.4. Razones por las que es importante la confianza en el *Copywriting*
- 1.6. Cómo mejorar tu atención al cliente con *Copywriting*
 - 1.6.1. Cómo y por qué dar la bienvenida al cliente utilizando *Copywriting*
 - 1.6.2. Comunicación de incidencias que afectan al cliente
 - 1.6.3. Tratamiento de reclamaciones de pago y otras cuestiones administrativas
 - 1.6.4. Estructura de las comunicaciones con el cliente aplicando *Copywriting*

- 1.7. Estructuras básicas para responder rápido a situaciones complicadas
 - 1.7.1. Cuando tenemos que decir que NO a un cliente
 - 1.7.2. Cuando tenemos que pedirle disculpas
 - 1.7.3. Cuando tenemos que dar malas noticias
 - 1.7.4. Un caso real
- 1.8. El *copy* en la comunicación interna
 - 1.8.1. La importancia de la comunicación interna: la atención a los públicos internos
 - 1.8.2. Las comunicaciones por email
 - 1.8.3. Las comunicaciones en un tablón visual
 - 1.8.4. Las comunicaciones formales: firma de contrato o fin de contrato
- 1.9. Las presentaciones de empresa B2B o a inversores
 - 1.9.1. Qué es el *elevator pitch*
 - 1.9.2. Cómo elaborarlo
 - 1.9.3. Preparar una presentación de empresa
 - 1.9.4. Crear un vídeo corporativo o de presentación de empresa
- 1.10. CRM y casos de éxito bien implantados
 - 1.10.1. Qué es el CRM
 - 1.10.2. El caso de Apple
 - 1.10.3. El caso de Amazon
 - 1.10.4. El caso de Zara
 - 1.10.5. El caso de British Airways

Módulo 2. *Copywriting* para lanzamientos

- 2.1. Entender qué es y para qué sirve un lanzamiento
 - 2.1.1. Qué es un lanzamiento
 - 2.1.2. Los elementos de un lanzamiento
 - 2.1.3. Diferenciación
 - 2.1.4. Oferta
 - 2.1.5. Los niveles de consciencia
 - 2.1.6. Una relación de entusiasmo



- 2.2. Tipos de lanzamientos
 - 2.2.1. Cuál elegir y por qué
 - 2.2.2. Lanzamiento semilla
 - 2.2.3. Lanzamiento R2X
 - 2.2.4. Lanzamiento meteórico
 - 2.2.5. *Product Launch Formula* (PLF)
 - 2.2.6. *Webinars*, talleres o masterclass
 - 2.2.7. Retos
 - 2.2.8. Lanzamientos temáticos
 - 2.2.9. *High ticket*
- 2.3. Las fases de un lanzamiento
 - 2.3.1. El prelanzamiento
 - 2.3.2. La preventa
 - 2.3.3. La captación
 - 2.3.4. La seducción o adoctrinamiento
 - 2.3.5. La venta
 - 2.3.6. El cierre
 - 2.3.7. El postlanzamiento
- 2.4. Cómo aplicar el *Copywriting* en cada fase del lanzamiento
 - 2.4.1. Cómo aplicar el *copy* en la fase de captación
 - 2.4.2. Técnicas en la fase de seducción
 - 2.4.3. Técnicas en la preventa y en la venta
 - 2.4.4. Ejemplos de casos de éxito
- 2.5. La idea creativa como piedra angular del lanzamiento
 - 2.5.1. Qué es el concepto creativo
 - 2.5.2. Fórmulas para crear el concepto creativo
 - 2.5.3. El método para romper en el mercado con la idea creativa
 - 2.5.4. Ejemplos de ideas creativas que han funcionado
- 2.6. Cómo orquestar un lanzamiento
 - 2.6.1. Los elementos fundamentales para orquestar con éxito un lanzamiento
 - 2.6.2. Contar con un cuadro de mandos
 - 2.6.3. La comunicación interna
 - 2.6.4. Seguimiento del lanzamiento y del cuadro de mandos

- 2.7. Las piezas de marketing que intervienen en un lanzamiento y su función
 - 2.7.1. Piezas de *copy* en la fase de captación
 - 2.7.2. Piezas de *copy* en la fase de prelanzamiento
 - 2.7.3. Piezas de *copy* en la fase de lanzamiento
 - 2.7.4. Piezas de *copy* en la fase de venta
 - 2.8. Medir un lanzamiento en tiempo real
 - 2.8.1. Las métricas y KPI
 - 2.8.2. Las herramientas de medición
 - 2.8.3. El seguimiento de los resultados
 - 2.8.4. El análisis después del lanzamiento
 - 2.9. La etapa de postlanzamiento
 - 2.9.1. Analizar y actuar después de la venta
 - 2.9.2. Estrategias para mantener al cliente feliz después de la venta
 - 2.9.3. Estrategias para aumentar el tique medio
 - 2.9.4. Estrategias para fidelizar clientes
 - 2.10. Herramientas para gestionar con eficacia un lanzamiento
 - 2.10.1. De comunicación interna
 - 2.10.2. De gestión y organización de proyectos
 - 2.10.3. De optimización de la productividad
 - 2.10.4. Para alojar los productos digitales
 - 2.10.5. Para optimizar el SEO
 - 2.10.6. Para emisiones en directo
 - 2.10.7. Para los canales de contenido
 - 2.10.8. Otras
- Módulo 3. Copywriting para anuncios**
- 3.1. La clásica y la nueva publicidad
 - 3.1.1. Un poco de historia de la publicidad
 - 3.1.2. La nueva publicidad
 - 3.1.3. Las tecnologías del momento y la oportunidad para la publicidad
 - 3.1.4. Las tendencias actuales en publicidad online
 - 3.2. El *copywriter* en publicidad y el plan social media
 - 3.2.1. Las funciones de un *copywriter* en una agencia
 - 3.2.2. Los tipos de *copywriter*
 - 3.2.3. La estrategia social media
 - 3.2.4. Ejemplos geniales de campañas social media
 - 3.3. La fase de investigación antes de escribir
 - 3.3.1. El cliente ideal o *buyer* persona
 - 3.3.2. Por qué compra
 - 3.3.3. Investigando a la competencia
 - 3.3.4. Cómo ofrecer lo que el cliente busca
 - 3.4. Las técnicas psicológicas para escribir
 - 3.4.1. Cómo lanzar el mensaje
 - 3.4.2. Cómo comunicar el precio
 - 3.4.3. Utilizar los principios de persuasión de R. Cialdini
 - 3.4.4. Otras técnicas que funcionan en publicidad
 - 3.4.5. Consejos varios para escribir anuncios
 - 3.5. Youtube Ads
 - 3.5.1. Por qué anunciarse en Youtube
 - 3.5.2. Características de la publicidad en Youtube
 - 3.5.3. Los formatos y tipos de anuncios
 - 3.5.4. Guion para crear los anuncios en Youtube
 - 3.6. Instagram Ads y Tik Tok Ads
 - 3.6.1. Generando conversión con el *copy* en Instagram Ads
 - 3.6.2. Ejemplos reales de campañas en Instagram
 - 3.6.3. Generando conversión con el *copy* en Tik Tok Ads
 - 3.6.4. Ejemplos reales de campañas en Tik Tok
 - 3.7. LinkedIn Ads y Twitter Ads
 - 3.7.1. Consigue anuncios más efectivos en LinkedIn Ads
 - 3.7.2. Ejemplos con los que aprender
 - 3.7.3. Consigue anuncios más efectivos en Twitter Ads
 - 3.7.4. Ejemplos con los que aprender



- 3.8. Facebook Ads
 - 3.8.1. Cómo crear un anuncio en Facebook
 - 3.8.2. Consejos por las particularidades de esta red social
 - 3.8.3. Cómo ayuda el *copy* en los anuncios de Facebook
 - 3.8.4. Ejemplos reales de campañas
- 3.9. Google Ads y publicidad en *stories*
 - 3.9.1. Consideraciones para crear anuncios en Google
 - 3.9.2. Ejemplos de anuncios con *copy* que vende en Google
 - 3.9.3. Consideraciones para crear anuncios en *stories*
 - 3.9.4. Ejemplos de *stories* con *copy* que vende
- 3.10. Amazon Ads
 - 3.10.1. Por qué hacer publicidad en Amazon
 - 3.10.2. Tipos de anuncios en Amazon
 - 3.10.3. Cómo optimizar los anuncios de Amazon con *copy*
 - 3.10.4. Ejemplos reales de anuncios en Amazon



Conoce con esta titulación universitaria las últimas tendencias en publicidad online y llévalas a la práctica”

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 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 Tecnológica.



“

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 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 Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente**

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.



Experto Universitario

Copywriting para Anuncios, Lanzamientos y Atención al Cliente

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

Experto Universitario

Copywriting para Anuncios,
Lanzamientos y Atención al Cliente