

Experto Universitario

Copywriting para
Contenidos Digitales



Experto Universitario Copywriting para Contenidos Digitales

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

Acceso web: www.techtitude.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 de estudio

pág. 22

06

Titulación

pág. 32

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. Insíbete ya”

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. Lumeras, Marta

- ♦ Técnica Digital Freelance
- ♦ Especialista en herramientas online, automatización, email marketing, segmentación e integraciones
- ♦ Ingeniería en Electrónica de Comunicaciones en la Universidad Alcalá de Henares
- ♦ Especialización en Estrategia y Estructura de Negocios Digitales en Escuela de Nuevos Negocios
- ♦ Especialización en Herramientas para Negocios Digitales, Selección e Implementación en Mecánica Digital
- ♦ Especialización en Estrategia y Automatización de Negocios Digitales en La Consultoría Digital



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

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 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”

Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

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 en la plataforma de reseñas Trustpilot, 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.

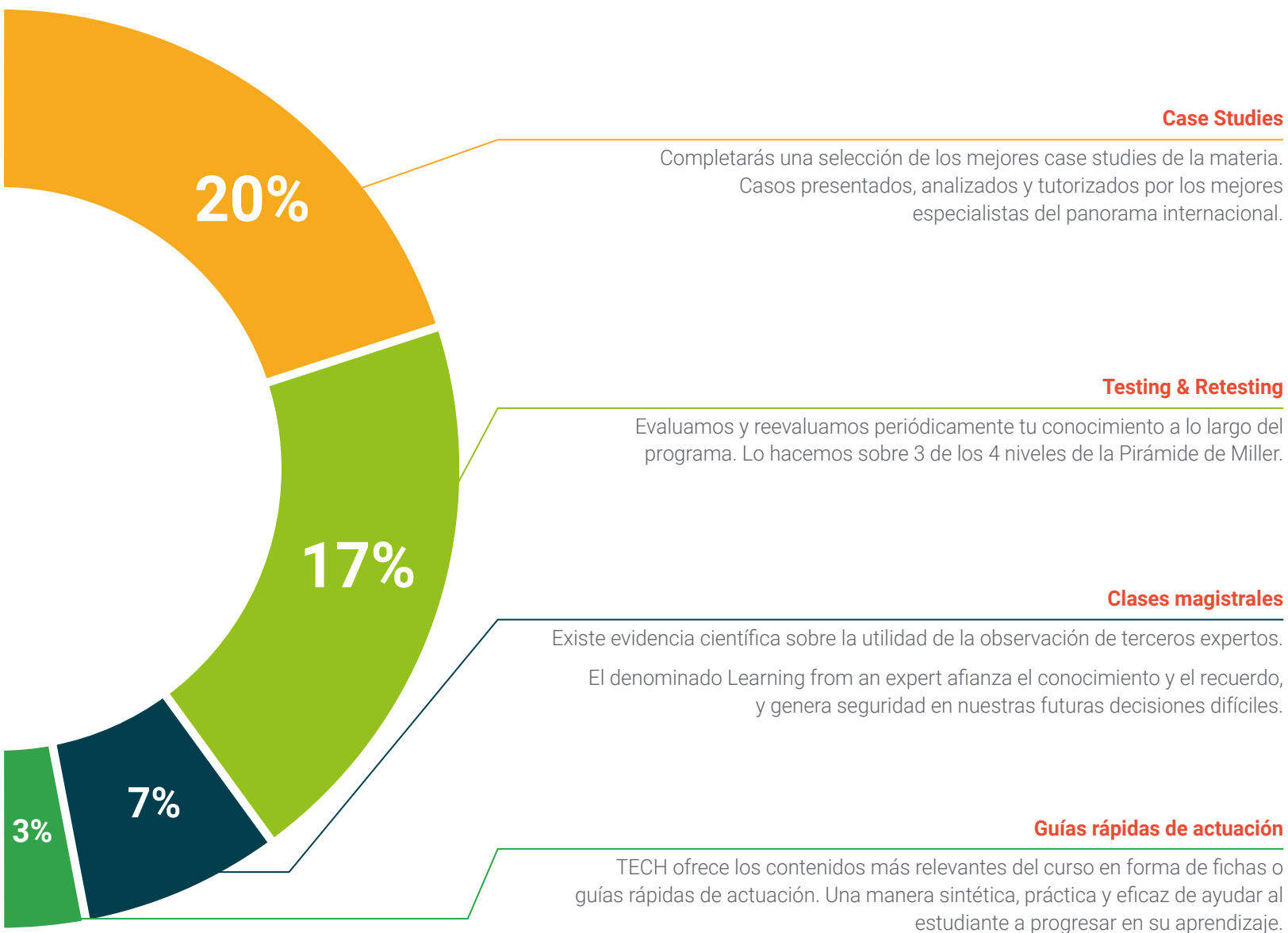
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





06

Titulación

El Expero Universitario en Copywriting para Contenidos Digitales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

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

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

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University 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 para Contenidos Digitales**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**





Experto Universitario

Copywriting para
Contenidos Digitales

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

Experto Universitario

Copywriting para
Contenidos Digitales

NEWS