

Experto Universitario Copywriting Freelance



Experto Universitario Copywriting Freelance

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

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

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

El *Copywriting* está en auge y son muchos los profesionales de la comunicación los que deciden enfocar su carrera como *copywriter freelance*. Sin embargo, en toda aventura de éxito, siempre es necesario disponer de las técnicas adecuadas para realizar los múltiples servicios de creación de contenido y las herramientas para generar una cartera de clientes. Dar pasos firmes en el camino correcto será mucho más fácil gracias a esta titulación creada por TECH. Un programa avanzado que facilitará los recursos para la redacción persuasiva, el desarrollo de habilidades de *copy* y para emprender con garantía de éxito de la mano de consagradas especialistas en el sector. Todo en un formato 100% online y con un temario disponible las 24 horas del día.



“

¿Si buscas lanzar tu carrera con éxito como copywriter freelance? Estás ante la titulación universitaria correcta. Matricúlate ahora”

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 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 ideal para compaginar las responsabilidades diarias con una titulación universitaria acorde a los tiempos actuales.

Este **Experto Universitario en Copywriting Freelance** contiene el programa universitario 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”

“

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.



02

Objetivos

Este Experto Universitario proporcionará al profesional de la comunicación las herramientas esenciales para poder desarrollar su propia carrera como *copywriter freelance*. Para poder alcanzar dicha meta, TECH aporta vídeo resúmenes de cada tema, vídeos en detalle, lecturas especializadas y numerosos casos de ejemplos, que le llevarán a conocer los múltiples servicios que ofrece el *Copywriting*, las técnicas de redacción persuasiva, curación de contenidos y los diferentes canales existentes para poder crear sinergias en el mundo digital



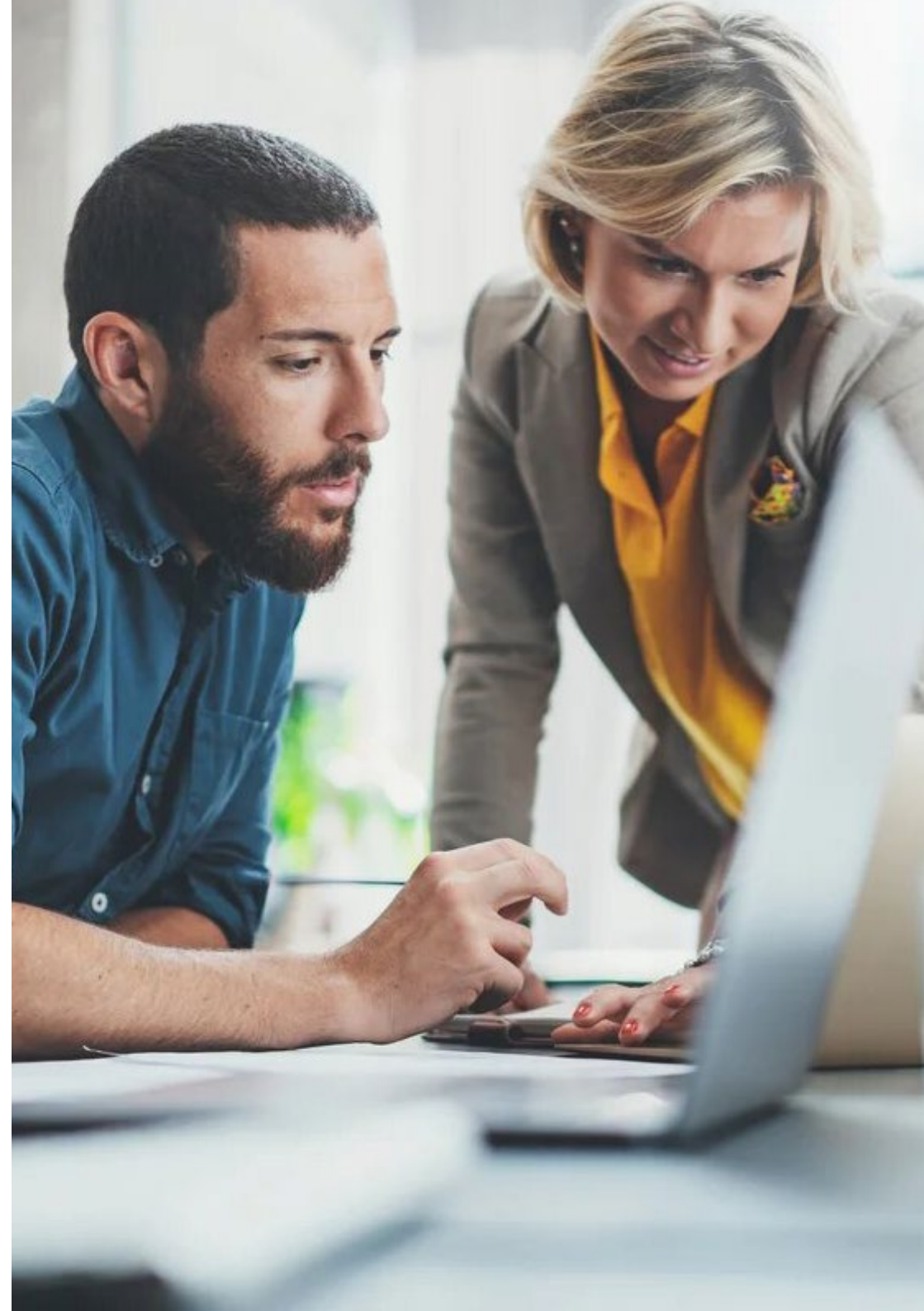
“

¿Realmente sabes crear la mejor narrativa de venta? Compruébalo con esta titulación universitaria 100% online”



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*

03

Dirección del curso

TECH es conocedor de las dificultades que puede encontrar un profesional con conocimientos en una materia, pero sin las herramientas y recursos necesarios para poder emprender su propio negocio. Por eso, ha reunido en esta titulación a auténticas expertas en *Copywriting*, que han logrado desarrollar con éxito su propia carrera como *copywriter freelance*. Destacadas figuras en el sector que le acercarán al alumnado información de gran utilidad para su progresión profesional y desarrollo de su carrera autónoma.



“

¿Quieres ser copywriter freelances? Aprende de quien ya emprendió este camino con éxito”

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

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 Estratégica 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"

04

Estructura y contenido

El plan de estudios de esta titulación universitaria ha sido confeccionado por un excelente equipo de profesionales con una amplia experiencia en *Copywriting* y en emprendimiento. De esta forma, el alumnado de este programa se adentrará en el que hacer diario del *copywriter*, las múltiples posibilidades de servicios que puede ofrecer, así como las fórmulas para la redacción persuasiva. Asimismo, este temario hará especial hincapié en la figura *freelance* y todos los recursos que necesita para poder llevar a cabo con éxito su carrera de manera independiente.



“

*Emociona, persuade y no te olvides
de generar call to action con todas las
técnicas de creación de contenido que
te aporta esta titulación universitaria”*

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. La transcreación: a medio camino entre el *copy* y la traducción
 - 1.10.1. ¿Qué es la transcreación?
 - 1.10.2. El origen de la transcreación
 - 1.10.3. El proceso de transcreación
 - 1.10.4. Aplicaciones de la transcreación
 - 1.10.5. Sonrisas y lágrimas (casos de aplicación con éxito y fracasos)

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*
 - 2.2.1. 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
 - 2.3.3. La fórmula PASTOR
 - 2.3.4. Aforest
 - 2.3.5. 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

- 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 edición de textos
 - 2.10.1. Qué 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's
 - 2.10.5. Técnicas varias para la curación
 - 2.10.6. Herramientas para la curación

Módulo 3. El *Copywriter* Freelance

- 3.1. Lo más importante para ser un *copy freelance*
 - 3.1.1. Por dónde empezar
 - 3.1.2. Temas legales: el contrato
 - 3.1.3. Consideraciones de negocio mínimo viable
 - 3.1.4. Canales en los que darse a conocer
 - 3.1.5. Cómo encontrar trabajo
 - 3.1.6. La importancia del *networking*
- 3.2. Cómo comenzar la relación con un cliente
 - 3.2.1. El formulario de captación: qué es
 - 3.2.2. Qué preguntas incluir en los formularios de captación
 - 3.2.3. Los formularios de contacto
 - 3.2.4. Ejemplos de diferentes formularios de captación
- 3.3. El catálogo de servicios
 - 3.3.1. Cuáles son los servicios más demandados
 - 3.3.2. La auditoría de *Copywriting*
 - 3.3.3. La consultoría en *Copywriting*
 - 3.3.4. Los servicios web
 - 3.3.5. Servicios específicos
 - 3.3.6. Ideas generales para poner precios
- 3.4. Cómo presentar presupuestos para cerrar un alto porcentaje de aceptación
 - 3.4.1. Cómo evitar que nos digan que no o que desaparezcan
 - 3.4.2. Dejar la piedra en tu tejado
 - 3.4.3. No hay que precipitarse
 - 3.4.4. Escuchar y conocer bien al cliente
 - 3.4.5. Personalizar destacando los beneficios
 - 3.4.6. Detallar lo que incluye y lo que no incluye
 - 3.4.7. Dar una fecha tope
- 3.5. Las facturas
 - 3.5.1. Los imprescindibles en una factura
 - 3.5.2. Secuencia de correos de seguimiento y reclamación de cobros
 - 3.5.3. Suelo rústico
 - 3.5.4. Herramientas útiles de facturación y cobro



- 3.6. Los testimonios
 - 3.6.1. Los beneficios y riesgos de publicar un testimonio
 - 3.6.2. Cómo recopilar testimonios rápido
 - 3.6.3. Cómo y dónde utilizar la prueba social
 - 3.6.4. Los testimonios como estrategia de éxito de algunas campañas
- 3.7. La transcreación: a medio camino entre el *copy* y la traducción
 - 3.7.1. ¿Qué es la transcreación?
 - 3.7.2. El origen de la transcreación
 - 3.7.3. El proceso de transcreación
 - 3.7.4. Aplicaciones de la transcreación
 - 3.7.5. Sonrisas y lágrimas (casos de aplicación con éxito y fracasos)
- 3.8. La guía de control de calidad
 - 3.8.1. Los elementos a examinar antes de entregar un proyecto
 - 3.8.2. Un chequeo sobre la atención
 - 3.8.3. Los filtros matemáticos de un texto
 - 3.8.4. Gramática y estilo
- 3.9. La entrega de proyecto
 - 3.9.1. Cómo y por qué no entregar unos textos en Word
 - 3.9.2. La estructura de un buen documento de entrega de proyecto
 - 3.9.3. La sesión de presentación
 - 3.9.4. La presentación del *copy* en *wireframes*
 - 3.9.5. Qué hacer si el cliente dice que no
- 3.10. Las métricas para *copywriters*
 - 3.10.1. Por qué es importante medir
 - 3.10.2. Las KPI en *Copywriting*
 - 3.10.3. Las herramientas
 - 3.10.4. Cómo vendérselo al cliente

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 según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

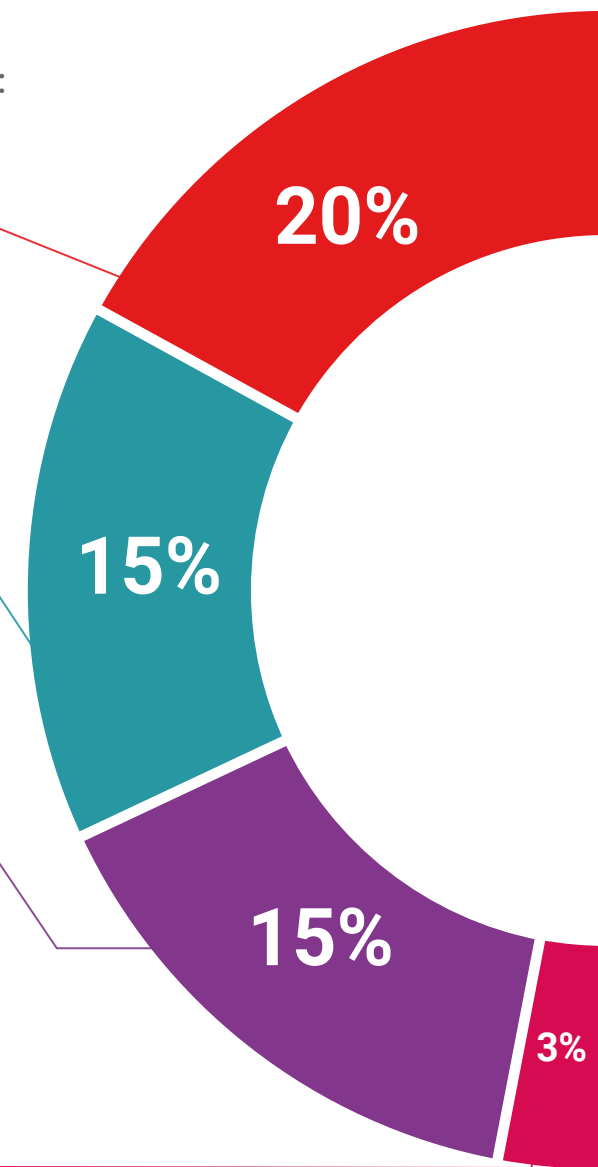
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

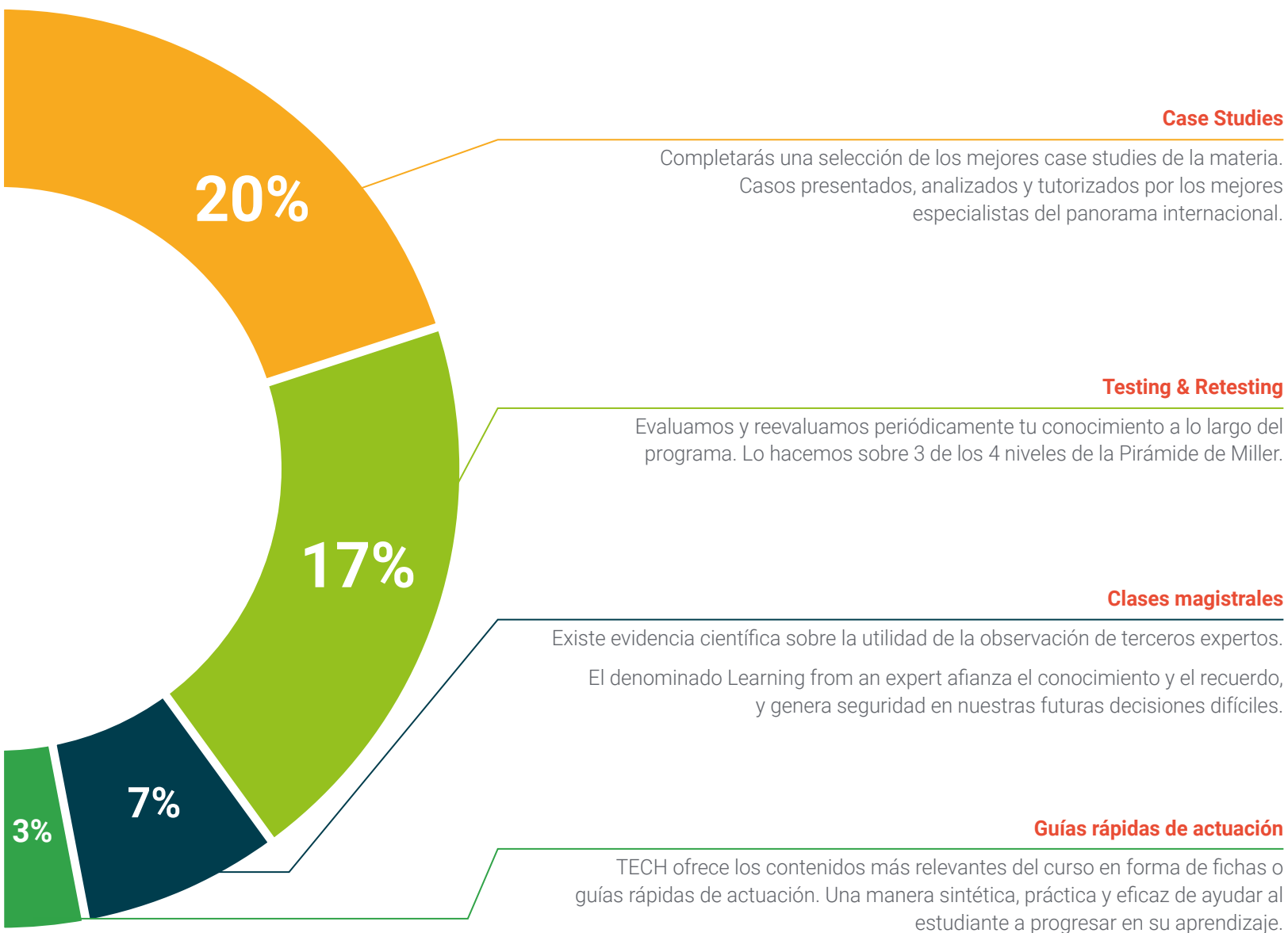
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Case Studies

Completarás una selección de los mejores case studies de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



06

Titulación

El Experto Universitario en Copywriting Freelance garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Experto Universitario en Copywriting Freelance** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Copywriting Freelance**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



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

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



Experto Universitario Copywriting Freelance

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

Experto Universitario Copywriting Freelance