

CURSO DE COPYWRITING

En este curso de Copywriting aprenderás los conceptos fundamentales de la **redacción publicitaria aplicada a los Social Media** (medios digitales, páginas web, blogs, redes sociales...) y conocerás los **recursos creativos y herramientas que emplea el copywriter**. El objetivo es lograr la autonomía para realizar una labor publicitaria basada en el **marketing de contenidos**.

Modalidad:

Online

Precio:

340,00 €

Para ello, mediante una metodología práctica, aprenderás a **posicionar las publicaciones** de la web y de las redes sociales en los buscadores y conocerás **técnicas de inspiración y de escritura creativa** con fines publicitarios. Además, entenderás las premisas fundamentales sobre **identidad corporativa, branding e imagen de marca** que deben dirigir toda producción publicitaria para lograr la potencia y coherencia de sus mensajes.

Este curso está especialmente dirigido a redactores para web y redes sociales, redactores creativos, escritores y todo tipo de profesionales del ámbito de la comunicación y la redacción que quieran **especializarse en la creación de contenidos (copy) para estos medios digitales**.

Descubre el **arte de escribir** para provocar una acción determinada en tu audiencia.



Iciar Gómez

Profesora de edición, corrección y comunicación



Cristina Planchuelo

Profesora de comunicación escrita

Cursos relacionados

Curso de Redacción profesional
Curso de Periodismo de moda. Técnicas de redacción
Taller de comasutra: mejora tu puntuación
Curso de Redacción y revisión de textos médicos
Curso de Guion cinematográfico

Orientación laboral gratuita • Bolsa de empleo para alumnos • Formación 100 % práctica y profesional
Cursos acreditados por la Universidad Europea • Cursos bonificables a través de FUNDAE
Tutor personal • Promociones, descuentos y posibilidades de financiación

1. Introducción al *copywriting*

Evolución de la figura del *copywriter*

¿Qué es un *copy* y qué funciones desempeña?

El *copy* en los Social Media

- *Tips* para escribir un *copy* en redes sociales
- *Tips* para mantener una

estrategia en nuestros mensajes

La importancia del posicionamiento

- Posicionamiento según el modelo de negocio
- SEO
- SEM
- *Tips* para escribir en internet
- *Tips* sobre SMO
- Ejemplos prácticos
- Herramientas para analizar las palabras clave para el posicionamiento

2. El *copy* en el *marketing* de contenidos

La estrategia de *marketing*

- El plan de *Social Media Marketing*
- Primera etapa del plan de *marketing*
- La operativa del plan de *marketing*
 - ¿Cuáles son las metas?
 - ¿Qué es un objetivo?
- ¿Qué tipo de acciones puedo llevar a cabo?
- La evaluación

El filtrado de información Content Curator

- ¿En qué consiste la curación de contenidos?

El Community Manager

- Ejemplo de portfolio de herramientas
 - Herramientas para gestión de redes sociales
 - Herramientas para creación de imágenes y vídeo
 - Herramientas para analítica y monitorización de Redes Sociales

Conocer los *Social Media*

- Claves para Facebook
- Claves para Twitter
- Claves para LinkedIn
- Claves para Instagram

Conocer la audiencia

- Perfiles generacionales
- Segmentación de la audiencia
- Perfil de la audiencia de las redes sociales
- Conversión y bases de datos

3. La creación de contenidos

Definir el producto

Inspiración y creatividad

- Dónde encontrar inspiración
- Libreta y lápiz a todos lados
- *Braimstorming*
- *Moodboard* o tablero de inspiración
- Recurrir a una fuente de inspiración
- Los sombreros de Edward de Bono
- El mapa mental

Proceso de creación orientado al consumidor

- Principios de neurolingüística
- Procesamiento de la

información

Neuroventa: descifrar el comportamiento

- Los tres cerebros
- Centros de poder del

cerebro

Crear impacto con mensaje

- Palabras de poder

Business storytelling

Un paseo por la publicidad

4. Estrategias en los *social media*

Nuevas formas de crear contenidos

- Las cuatro P del *marketing* digital
- *Tips* para hacer más atractivos tus contenidos
- Social Media Optimization (SMO)
- Resumen de *tips* para optimizar los contenidos en las redes sociales

Funnel de conversión

Inbound marketing

- Atraer visitas
- Conseguir *leads*
- Convertir *leads* en clientes
- Deleitar
- Activos de *inbound marketing*
- *Flywheel*

Los formatos de comunicación: Instagram stories; Facebook canvas

- Instagram Stories
- Facebook canvas
- Herramientas para crear plantillas para anuncios de Facebook e Instagram

E-mail marketing

- Ventajas del *e-mail marketing*
- Tipos de correos electrónicos
- Las plataformas de *e-mail marketing*
- Consideraciones sobre las campañas de *e-mail marketing*
- Qué incluir en un *e-mail* para una campaña de *marketing*
- *Tips* de redacción para *e-mail*

Métodos y métricas de eficacia

- Métrica
- Ejemplos de KPI
- Qué se puede medir
- Herramientas de medición
- Comprobación por contraste: pruebas A/B
- Evaluación
- ROI (*Return of Investment*)
- Herramientas para medir el sentimiento de marca

5. Técnicas de redacción de *copywriting*

Los principios universales de la influencia

Metodología Neuromap

- Sistemas cerebrales
- Estímulos
- Pasos
- Bloques
- Aumentadores

El Método AIDA

La fórmula FAB

Trucos de escritura persuasiva

- La regla del tres
- Estructura Wall Street Journal o reloj de arena
- *Insights*
- Microcopy

Fórmulas para redactar titulares

- La técnica de las 4U para redactar titulares efectivos
- Tipos de titulares

6. Anexo: Aplicaciones estratégicas de las RRSS

El vídeo y la TV en los *Social Media*

- Primeros canales de interacción

Facebook y la comunicación política

- Un análisis de Facebook en la política
- La campaña de Barack Obama 2008 y 2012
- La estrategia de Donald Trump en 2016
- El tráfico en las redes y el dominio del debate político