



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional en Copywriting

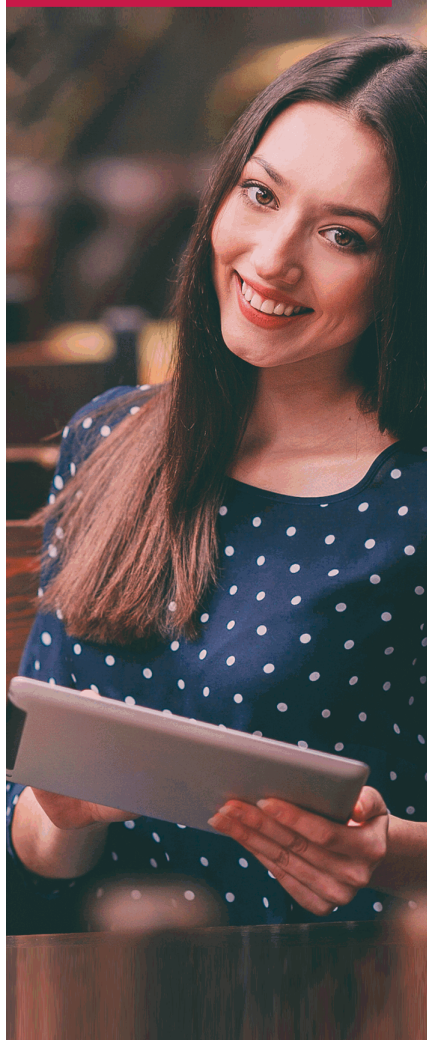
educa.net



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación** (AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Internacional en Copywriting

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

744 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Copywriting con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la



Descripción

Esta Maestría Copywriter: Experto en Redacción Publicitaria le ofrece una formación especializada en la materia mediante un estudio ambicioso dirigido a estudiantes que se quieran especializar en la redacción publicitaria.

Objetivos

-Valorar la situación actual del periodismo observando las tendencias comunicativas de mayor relevancia. -Adquirir los conocimientos necesarios que estén en relación con la redacción periodística y su correcta puesta en práctica. -Identificar los diferentes valores y estructuras de la noticia atendiendo a sus características principales. -Conocer los géneros periodísticos valorando todo su proceso en relación con la redacción periodística. -Indagar en las características generales del estilo periodístico con el objetivo de profundizar en los conocimientos de los medios de comunicación. -Estimar la tendencia actual de la sociedad de la información atendiendo al nuevo escenario al que se enfrenta. - Clasificar panorama de una revolución en curso. - Interpretar la información con una dosis de subjetividad. - Analizar un taller de periodismo práctico: ejercicios de estilo. - Analizar el proceso de comunicación publicitaria identificando las técnicas de comunicación más idóneas. - Desarrollar en profundidad el concepto de publicidad y sus aplicaciones en el ámbito profesional. - Identificar el papel que la publicidad desempeña dentro de una empresa. - Diferenciar los distintos medios publicitarios, identificar fuentes de información, así como aclarar conceptos y términos ligados a la publicidad, la comunicación y el marketing con sus correspondientes connotaciones con el mundo laboral y en concreto con las áreas de trabajo que nos ocupan.

A quién va dirigido

La Maestría Internacional en Copywriting está dirigida a toda persona que quiera dedicarse a la redacción publicitaria, con gran efectividad detectando relevancia, mejora de redacción, valores y enfocada al objetivo. Con mejora profesional práctica.

Para qué te prepara

Esta Maestría Copywriter: Experto en Redacción Publicitaria está dirigida a los profesionales del mundo de las Ciencias De La Información y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con la Redacción publicitaria. Medios, Géneros y Formatos.

Salidas Laborales

Redactor Publicitario, Periodismo, Medios de comunicación, Editoriales.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



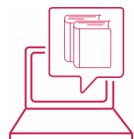
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES

1. ¿Qué es una marca?
2. Naturaleza y estructura de la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA

1. La Planificación estratégica
2. Valor de Marca: Brand Equity
3. Marcas Corporativas y Marca Producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

1. Métodos Tradicionales de Comunicación
2. La Presencia de la Marca en el Medio Online
3. La Imagen como Comunicadora

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de Arquitectura de Marcas
2. El Brand Manager Como Gestor
3. Brand Meaning Management - Identidad de Marca 3.0
4. El Storytelling
5. Branded Content y Product Placement
6. Personal Branding- Cómo Crear tu Propia Marca
7. Otras Manifestaciones - Cool Hunting, Detección de Insight
8. El Packaging
9. Merchandising o la Marca Convertida en Producto
10. Servicios de Información Tecnológica de la OEPM

PARTE 2. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

MÓDULO 1. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La comunicación comercial
2. El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
3. La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

1. Definición de Publicidad
2. Procesos de Comunicación Publicitaria
3. Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

1. Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa
2. Funciones del Departamento de Publicidad
3. Determinación del presupuesto publicitario
4. La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

1. La Agencia de Publicidad
2. Organigrama de una Agencia Publicitaria
3. Clasificación de las Agencias
4. El fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1. Concepto y clasificación
2. Medios Publicitarios
3. Internet y Publicidad
4. Animación y Marketing
5. Telemarketing
6. Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. Introducción
2. El cliente actual
3. El cliente potencial
4. Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las Organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

- 1.El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
- 2.Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores
- 3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
- 4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

- 1.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 2.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 3.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
- 4.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

- 1.Componentes de un sistema de información de marketing
- 2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
- 3.Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

MÓDULO 2. RECURSOS PRÁCTICOS. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING**UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD****UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS****UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS**

PARTE 3. REDACCIÓN PERIODÍSTICA. MEDIOS, GÉNEROS Y FORMATOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PANORAMA DE UNA REVOLUCIÓN EN CURSO

- 1.Una propuesta de síntesis
- 2.Géneros, revolución digital y crisis de identidad en el periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GÉNERO, ESTILO Y FORMATO

- 1.La redacción periodística
- 2.El lenguaje periodístico general
- 3.Situación comunicativa y géneros periodísticos
- 4.Un estilo para cada género (y para cada subgénero)

5. Medios y formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS GÉNEROS INFORMATIVOS CLÁSICOS

1. Aproximación teórica
2. Las agencias de prensa
3. La vieja noticia impresa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL

1. El relato informativo sonoro: una escritura en el aire y en el tiempo
2. Periodismo escrito con imágenes
3. La revolución de internet y la nueva escritura

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INFORMACIÓN CON UNA DOSIS DE SUBJETIVIDAD

1. La crónica: una visión personal de los hechos
2. El reportaje objetivo y el periodismo en profundidad
3. La entrevista: un género tradicional y camaleónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORMACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

1. Los falsos análisis
2. El análisis clásico
3. La interpretación en los medios audiovisuales
4. La crónica de experto
5. Entrevista e interpretación
6. El reportaje interpretativo
7. Redacción periodística Medios, géneros y formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL COMENTARIO Y LOS TEXTOS DE OPINIÓN

1. La crítica
2. El editorial
3. Otros textos editorializantes
4. La tribuna: la firma de la página abierta
5. La tertulia radiofónica y el debate televisivo
6. La columna: un espacio que admite la exaltación del yo
7. Blogs, foros y otros géneros digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TALLER DE PERIODISMO PRÁCTICO: EJERCICIOS DE ESTILO

1. Textos para contar y explicar
2. Textos para opinar y entretener

PARTE 4. PERIODISMO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS MEDIOS DIGITALES Y EL PERIODISMO DIGITAL

1. Introducción
2. El Hipertexto
3. La imagen digital
4. Trabajar con imágenes digitales

5.La convergencia digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PERIÓDICO ELECTRÓNICO INTRODUCCIÓN

- 1.Introducción
- 2.Pautas Previas
- 3.Fases de la edición
- 4.Usabilidad y satisfacción
- 5.Tipografía y legibilidad
- 6.Textos y navegación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES DEL PERIODISMO DIGITAL

- 1.Introducción
- 2.La propiedad intelectual
- 3.Derechos morales y patrimoniales
- 4.Derechos de autor en Internet
- 5.Marketing, publicidad y comercio en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DEL PERIODISMO DIGITAL

- 1.Introducción
- 2.Agencias de noticias
- 3.Medios tradicionales
- 4.Medios on-line
- 5.Buscadores
- 6.Weblogs y confidenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TRATAMIENTO DE CONTENIDOS

- 1.Trabajar la información
- 2.Los sujetos de la información
- 3.La noticia en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS DEL PERIODISMO DIGITAL

- 1.Herramientas al servicio del periodista digital
- 2.Editores de noticias y textos
- 3.Editores de imágenes
- 4.Editor de páginas Web
- 5.Animación digital

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

- 1.Teoría de la información
- 2.Información y conocimiento
- 3.La gestión del conocimiento
- 4.El medio digital
- 5.El proceso de gestión del conocimiento
- 6.Calidad y normalización

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MARKETING Y PUBLICIDAD ONLINE

- 1.Introducción
- 2.Identificar a la audiencia
- 3.Marketing interactivo
- 4.Captar clientes
- 5.Tipos de publicidad
- 6.Problemas del Marketing en Internet

PARTE 5. COMPETENCIAS, COMUNICACIÓN Y FIRMA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS: WEB 2.0

- 1.Web 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

- 1.Buscadores
- 2.¿Cómo funciona un buscador?
- 3.Principales motores de búsqueda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BÚSQUEDAS AVANZADAS

- 1.Marketing en motores de búsqueda
- 2.La búsqueda semántica
- 3.SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIOS POR INTERNET

- 1.Impacto de las tecnologías en los resultados de la organización.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

- 1.Servicios y su monetización
- 2.La nube
- 3.HTML
- 4.Uso del correo electrónico y los SMS
- 5.¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing
- 6.Mapas mentales
- 7.Diseño de Textos digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN A BLOGGING Y MICROBLOGGING

- 1.Primeros pasos para crear un blog

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO DE IMÁGENES.

- 1.Texto en imágenes
- 2.Imagen digital
- 3.Infografía en Photoshop
- 4.Gestión de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LOS DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Derechos De Autor Y Propiedad Intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNIDADES VIRTUALES: FOROS Y REDES SOCIALES

1. Ning: Foros de discusión y salas de chat
2. Redes sociales
3. Facebook y youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ENTORNOS COLABORATIVO

1. Uso de la nube
2. Escritorio virtual o VDI
3. Crowdsourcing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPORTAMIENTO ON-LINE

1. Netiquette

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SEGURIDAD EN INTERNET

1. Internet seguro
2. Comercio seguro
3. SSL y SSH
4. Algoritmo criptográfico
5. Certificado digital

UNIDAD DIDÁCTICA 13. COMPETENCIAS DIGITALES BÁSICAS

1. Amenazas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. COMUNICACIÓN EN INTERNET

1. Diferencias entre los medios de comunicación de antes con los medios de comunicación de ahora
2. Tecnologías de las aplicaciones web

UNIDAD DIDÁCTICA 15. TRABAJAR POR INTERNET

1. Comunidades
2. Relaciones públicas
3. Trabajando por internet
4. Internet como plataforma de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HERRAMIENTAS DE TRABAJO POR INTERNET

1. Correo WebMail
2. Microblogging y Mensajería instantánea
3. Aplicaciones del navegador

UNIDAD DIDÁCTICA 17. TRABAJO EN GRUPO

1. Wikis
2. Blogs
3. Alojamiento de archivos compartidos
4. Herramientas para documentar

UNIDAD DIDÁCTICA 18. PERFIL DIGITAL

1. Personalidad digital del sitio Web
2. Perfil digital profesional
3. Implantar un blog corporativo

4.Estrategia de desarrollo de comunidades

UNIDAD DIDÁCTICA 19. NETWORKING

- 1.Introducción al Networking
- 2.Twitter y Facebook
- 3.Redes sociales profesionales
- 4.Instagram y Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 20. FIRMA Y CERTIFICADO DIGITAL

- 1.¿Qué es un certificado Digital?
- 2.Firma electrónica
- 3.Incorporación de la sociedad a las NNTT de la Información y las Comunicaciones (TIC)

UNIDAD DIDÁCTICA 21. CONTENIDO Y ALCANCE

- 1.Efectos de las TIC en la Sociedad de la Información

UNIDAD DIDÁCTICA 22. NORMATIVA

- 1.Normativa del Comercio Electrónico en España

UNIDAD DIDÁCTICA 23. ¿CÓMO OBTENER LA FIRMA ELECTRÓNICA?

- 1.Criptografía
- 2.Procedimiento de obtención de la Firma Electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GESTIÓN DE RIESGO

- 1.Introducción a la Gestión de Riesgo

UNIDAD DIDÁCTICA 25. DONDE UTILIZAR LA FIRMA DIGITAL

- 1.Organismos oficiales nacionales, autonómicos, locales
- 2.Transacciones comerciales y financieras

UNIDAD DIDÁCTICA 26. SISTEMAS DE SEGURIDAD EN LA EMPRESA

- 1.Seguridad En La Empresa