

Máster en Copywriting: Especialista en Redacción Publicitaria + Titulación universitaria



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Copywriting: Especialista en Redacción Publicitaria + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
8 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Copywriting: Especialista en Redacción Publicitaria con 1500 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 - Titulación Universitaria en Curso de Redacción Periodística con 8 Créditos Universitarios ECTS



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio) (2015)

Descripción

El Máster en Copywriting: Especialista en Redacción Publicitaria se presenta como una oportunidad única en un sector en plena expansión. Con el auge del marketing digital y la necesidad constante de contenido atractivo y persuasivo, las empresas buscan expertos capaces de comunicar efectivamente sus mensajes. Este máster te capacitará para dominar el arte del branding y la gestión de marca, integrando técnicas publicitarias y estrategias de marketing digital. Aprenderás a analizar el comportamiento de compra de los consumidores, a segmentar mercados y a desarrollar planes de marketing y publicidad efectivos. Además, te formarás en periodismo digital, adquiriendo habilidades en SEO, creación de contenidos y gestión de redes sociales. La modalidad online te permite acceder a esta formación desde cualquier lugar, adaptándose a tus necesidades, mientras te preparas para ser un líder en el ámbito del copywriting.

Objetivos

- Desarrollar habilidades para crear marcas coherentes y efectivas.
- Aplicar técnicas avanzadas de redacción publicitaria.
- Dominar estrategias de comunicación online.
- Analizar el comportamiento del consumidor y su impacto.
- Implementar segmentación de mercado en campañas.
- Utilizar SEO para optimizar contenido digital.
- Gestionar la imagen de marca en redes sociales.

Para qué te prepara

El Máster en Copywriting: Especialista en Redacción Publicitaria está diseñado para profesionales del marketing, la comunicación y el periodismo que desean profundizar en el branding, las técnicas

publicitarias y la gestión de marca. Es ideal para aquellos interesados en la creación de contenidos digitales, estrategias de comunicación y el uso de plataformas comerciales avanzadas en un entorno competitivo.

A quién va dirigido

El Máster en Copywriting: Especialista en Redacción Publicitaria te prepara para dominar el arte de crear mensajes persuasivos y efectivos, esenciales en el branding y la gestión de marca. Aprenderás a diseñar estrategias de comunicación impactantes, manejar técnicas publicitarias avanzadas y entender el comportamiento del consumidor para segmentar el mercado de manera precisa. Además, te capacitarás en la creación de contenidos digitales, aplicando técnicas SEO y gestionando redes sociales, asegurando así una comunicación eficaz en el entorno digital.

Salidas laborales

'- Copywriter en agencias de publicidad - Especialista en branding y gestión de marca - Redactor de contenido para medios digitales - Consultor en estrategias de comunicación - Asesor en marketing digital y SEO - Gestor de comunicación en redes sociales - Periodista digital especializado - Responsable de gabinetes de prensa online - Experto en creación de contenido multimedia - Editor de blogs y plataformas digitales

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

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

PARTE 3. 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 4. PERIODISMO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PERIODISMO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES: DIGITALIZACIÓN DE LOS MASS MEDIA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSTRUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LA REALIDAD EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET: CREDIBILIDAD Y VERACIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SEO EN PRENSA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN DE CONTENIDOS COMO TRABAJO PERIODÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PERIODISMO Y PODCASTING

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN Y RETRANSMISIÓN DE EVENTOS ON-LINE

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GABINETE DE PRENSA EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PERIODISMO Y REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 11. FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE IMAGEN EN PERIODISMO DIGITAL

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 instantanea
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

PARTE 6. REDACCIÓN PERIODÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

1. Concepto de redacción periodística
 1. - El orden de la redacción periodística
 2. - Determinar los contenidos
2. El periodismo
 1. - Mensaje periodístico
 2. - Información periodística
3. Función social del periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LENGUAJE Y ESTILO PERIODÍSTICO

1. El lenguaje periodístico
 1. - Nivel morfosintáctico
 2. - Nivel léxico-semántico
 3. - Interpretación de la realidad
2. Análisis periodístico
 1. - Análisis de la forma
 2. - Análisis de contenidos
 3. - El acontecimiento
 4. - La actualidad
 5. - Periodicidad y universalidad
3. Manuales de estilo
 1. - Literatura y periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. VALORES Y ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

1. La noticia
 1. - El lenguaje de la noticia
 2. - Tipos de noticias
2. Valores noticiosos
3. Estructura de la noticia
 1. - Jerarquía de las noticias
 2. - La estructura externa de la noticia
 3. - El cuerpo de la noticia
 4. - La estructura interna de la noticia

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Agencias de información
 1. - Principales agencias de información
 2. - Organización del trabajo
2. Fuentes informativas
 1. - Tipos de fuentes
 2. - La atribución
3. El tratamiento de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1. Origen de los géneros periodísticos
2. Género periodístico informativo: la información

1. - Diagrama de la información
3. Género periodístico interpretativo: el reportaje
 1. - La entrevista
 2. - Opinión
 3. - Otros géneros periodísticos interpretativos
4. Género periodístico híbrido: la crónica

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ESTILO PERIODÍSTICO

1. Rasgos diferenciales del estilo periodístico
2. El estilo informativo
 1. - Concisión
 2. - Claridad
 3. - Captar la atención
3. El estilo editorializante
4. El estilo ameno

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS PARA LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

1. Estilo y lenguaje periodístico
 1. - Estilos
2. Técnicas para la obtención de la información
3. Redacción periodística en relación a los géneros
4. Formas discursivas en la redacción periodística
5. Redacción periodística en otros medios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL LENGUAJE, LA NARRACIÓN Y SUS TÉCNICAS

1. El lenguaje periodístico
 1. - Nivel morfosintáctico
 2. - Nivel léxico-semántico
 3. - Errores más frecuentes en la redacción periodística
2. El lenguaje en los titulares
3. El orden de las palabras y de las frases. Hipérbaton y elipsis
4. Puntuación, cacofonía y rima
5. El género
6. Los verbos
 1. - Errores en el uso del infinitivo
 2. - Normas de uso del gerundio
 3. - Perífrasis verbales innecesarias

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL TRABAJO DEL/A REDACTOR/A

1. La figura del/a redactor/a
2. Valoración de las noticias
3. Trabajo literario del redactor. Aspectos más destacados
 1. - Reelaboración y documentación de textos
 2. - Síntesis y condensación
 3. - Titulación

4. - Pies de fotografías
5. - Servicio de teletipo
6. - Secciones de los lectores

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN ANTE SU NUEVO ESCENARIO

1. Evolución histórica de la Sociedad de la Información
2. Definición de Sociedad de la Información
3. Las repercusiones de las nuevas tecnologías
4. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
5. Internet como herramienta relevante en la Sociedad de la Información
 1. - Servidores de acceso a la información
 2. - Comunicación en tiempo real

