



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Superior en Content Marketing. Experto en Copywriting

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso Superior en Content Marketing. Experto en Copywriting

duración total: 400 horas

horas teleformación: 200 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El marketing de contenido se ha vuelto imprescindible para el éxito de una estrategia de marketing digital. Esto se debe a la cantidad de información al que un usuario está expuesto. Si aportamos valor a nuestro contenido, conseguiremos atraer a clientes potenciales que tendrán un mayor porcentaje de probabilidad de ser prescriptores de nuestra marca. Esto llevará a la obtención de conversiones y objetivos y con ello a la venta. Para llegar a esta situación es necesaria la aplicación de técnicas de copywriting. Además esta técnica facilitará el posicionamiento web y creación de marca tanto empresarial como personal.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Entender el concepto de branding y gestión de marca
- Trabajar todas las fases del inbound marketing: atracción, conversión, cierre y deleite
- Conocer cómo funciona el marketing de contenidos, marketing viral, los blogs y el social media.
- Aplicar estrategias de marketing relacional y CRM.
- Utilizar las principales técnicas de copywriting.
- Aplicar las ventajas del copywriting al e-commerce.
- Potenciar tu personal branding gracias al copywriting.

para qué te prepara

El curso de content marketing. Experto en Copywriting te permite desarrollar las claves necesarias para convertirte en un experto en copywriting. Una vez realizado el curso serás capaz de desarrollar estrategias de inbound marketing y estrategias de contenidos. Trabajar como copywriter significa crear contenido de valor orientado a la captación de clientes potenciales, influyendo en sus decisiones de compra.

salidas laborales

El curso de content marketing. Experto en copywriting de INESEM te capacitará para trabajar como Copywriter y Experto en Marketing de Contenidos. Esto es llamativo para profesionales del marketing digital. Sin olvidar, que te dará las claves para potenciar tu Personal Branding para lograr un mejor posicionamiento orientado a conseguir un puesto laboral deseado.

titulación

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

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, 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 (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

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

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Estrategia de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Aplicación del Copywriting'
- Manual teórico 'Branding y Gestión de Marca'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá 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, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS 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 marca en el medio online
- 3.Comunicación visual

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
- 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

MÓDULO 2. ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

- 1.¿Qué es el Inbound Marketing?
- 2.Marketing de Contenidos
- 3.Marketing viral
- 4.Video Marketing
- 5.Reputación online
- 6.Importancia del funnel o embudo de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASE DE ATRACCIÓN

- 1.Sistema de Gestión de contenidos CSM
- 2.Los blogs Wordpress
- 3.Posicionamiento SEO
- 4.Social Media

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE CONVERSIÓN

- 1.Introducción
- 2.Formularios
- 3.Call to action
- 4.Landing Pages
- 5.Pruebas A/B
- 6.Optimización de la tasa de conversión (CRO)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE

- 1.Introducción
- 2.Marketing Relacional
- 3.Gestión de relaciones con los clientes CRM
- 4.Email marketing

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE

- 1.Introducción
- 2.Encuestas
- 3.Contenido inteligente
- 4.Monitorización Social

MÓDULO 3. APLICACIÓN DEL COPYWRITING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

- 1.¿Qué es el copywriting?
- 2.Conectar, emocionar y convencer
- 3.Principales técnicas de copywriting
- 4.SEO para Copywriting
- 5.La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COPYWRITING PARA E-COMMERCE

- 1.Introducción
- 2.La Homepage
- 3.Los menús
- 4.Fichas de producto
- 5.Descripción de los servicios
- 6.Página ¿quiénes somos?
- 7.Página de contacto
- 8.Página preguntas frecuentes
- 9.Carrito de la compra, checkout y agradecimiento
- 10.Envío de emails

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COPYWRITING PARA PERSONAL BRANDING

- 1.Introducción
- 2.Definir tu marca y el estilo
- 3.Identificar y definir tu público objetivo o audiencia
- 4.Creación de lista de contactos
- 5.Páginas personal corporativa
- 6.Blog personal
- 7.Uso de las redes sociales
- 8.Plan de Comunicación