

DIPLOMADO

100%
ONLINE

COPYWRITING & IA ESCRITURA PERSUASIVA

Palabras potenciadas
por algoritmos

RESOLUCIÓN 100/25

Certificación UTN-FRD



DIPLOMADO

COPYWRITING & IA

ESCRITURA PERSUASIVA

Palabras potenciadas por algoritmos

RESOLUCIÓN 100/25

Certificación UTN-FRD



¡Puedes hacerlo desde cualquier lugar del mundo, de manera sincrónica o asincrónica!

No requiere asistencia presencial.

Tendrás **acceso las 24 horas del día a la plataforma de capacitación y a las clases en vivo** sobre los diferentes temas.

El diplomado se desarrollan en **90 horas totales**:

- 48 horas académicas a través de zoom
- 20 horas previstas para lecturas y visionados extra aula
- 22 horas para yrabajo práctico final



Módulo 01: **FUNDAMENTOS DEL COPYWRITING**

01. ¿Qué es el copywriting?

Historia y evolución.

Diferencia entre redacción y copywriting.

Impacto en las ventas y en los negocios.

La palabra clave es “vender”.

Dinámica prevista.

02. Psicología del consumidor

Cómo funciona la toma de decisiones.

Principios de persuasión de Cialdini.

Dinámica prevista.

03. Las 4Ps de Gary Bencivenga

Problema, Promesa, Prueba, Propuesta.

Ejemplos y estructura.

Dinámica prevista.

04. El poder de las emociones en el copy

Emociones que venden.

Cómo conectar con el lector.

Dinámica prevista.

Módulo 02: **ELEMENTOS CLAVE DEL COPY**

05. **Los ganchos que atrapan**

Tipos de ganchos (shock, curiosidad, urgencia, etc.).

Ejemplos de ganchos efectivos.

Dinámica prevista.

06. **Escribiendo titulares poderosos**

Fórmulas de titulares.

Errores comunes.

Dinámica prevista.

07. **Subtítulos y lead: Enganchando al lector**

La importancia del primer párrafo.

Técnicas para hacer que sigan leyendo.

Dinámica prevista.

08. **Beneficios vs. Características**

Cómo transformar características en beneficios.

Técnicas para destacar lo que realmente importa.

Dinámica prevista.

Módulo 03: **TIPOS DE COPY**

09. **Copy para anuncios pagados**

Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads.

Qué funciona y qué no.

Dinámica prevista.

10. **Email marketing: El poder de la bandeja de entrada**

Cómo escribir asuntos irresistibles.

Estructura de un email efectivo.

Dinámica prevista.

11. **Páginas de ventas que convierten**

Estructura y elementos clave.

Ejemplos de páginas exitosas.

Dinámica prevista.

12. **Copywriting para redes sociales**

Estilos de copy en diferentes plataformas.

Creando contenido viral.

Dinámica prevista.

Módulo 04: **TÉCNICAS AVANZADAS**

13. **Storytelling en copywriting**

Cómo contar historias que vendan.

La estructura de una historia poderosa.

Dinámica prevista.

14. **Neuromarketing y copywriting**

Cómo funciona el cerebro cuando lee copy.

Palabras que activan emociones y acción.

Dinámica prevista.

15. **La voz de marca y el tono en el copy**

Definiendo una voz auténtica.

Cómo adaptar el tono según el público.

Dinámica prevista.

16. **Objeciones y cierres de ventas en el copy**

Tipos de objeciones y cómo superarlas.

Técnicas de cierre persuasivas.

Dinámica prevista.

Módulo 05: **OPTIMIZACIÓN Y PRÁCTICA**

17. Copy para SEO y blogging

Cómo escribir para humanos y para Google.

Estrategias de keywords sin sonar robótico.

Dinámica prevista.

18. Pruebas A/B y optimización del copy

Cómo testear diferentes versiones de un copy.

Interpretando datos y mejorando conversiones.

Dinámica prevista.

19. Copywriting y escasez/urgencia

Cómo crear urgencia sin sonar desesperado.

Errores comunes y cómo evitarlos.

Dinámica prevista.

20. Construyendo una oferta irresistible

La diferencia entre precio y valor.

Cómo hacer que un producto parezca una ganga.

Dinámica prevista.

Módulo 06: **COPY EN ACCIÓN**

21. **Creando una campaña completa**

Integrando copy para anuncios, emails y landing pages.

Cómo contar una historia a lo largo de una campaña.

Dinámica prevista.

22. **Errores comunes en copywriting**

Qué evitar para no perder ventas.

Diagnóstico de malos ejemplos.

Dinámica prevista.

23. **Copywriting con IA: ¿Aliado o enemigo?**

Cómo usar ChatGPT y otras herramientas.

Dónde la IA no puede reemplazar al humano.

Dinámica prevista.

24. **Cierre del curso y desafíos de copywriting**

Recapitulación y claves finales.

Cómo seguir mejorando.

Dinámica prevista.