



CENTRO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA





# Curso: ¿Cómo escribir para Vender y Emocionar?

Copywriting y Storytelling para emprendedores y profesionales.

- 4 semanas
- 1 sesión por semana (3 horas cada una).
- Total: 12 horas
- Modalidad: Presencial

## Objetivos del Curso:

1. Dominar los principios básicos del copywriting y storytelling.
2. Aprender a escribir textos persuasivos que generen engagement (compromiso) y ventas.
3. Crear mensajes efectivos para diferentes canales (redes sociales, emails, páginas web, etc.).
4. Desarrollar habilidades para contar historias que conecten emocionalmente con la audiencia.

---

## UNIDAD 1.

---

## Temario del Curso:

**Semana 1: Fundamentos del Copywriting y Storytelling**

**Sesión 1: Introducción al Copywriting**

- ¿Qué es el copywriting y por qué es importante?



- Diferencias entre copywriting y contenido tradicional.
- El proceso de escritura persuasiva: investigación, redacción y edición.

### **Sesión 2: Storytelling para Negocios**

- ¿Qué es el storytelling y cómo aplicarlo en el marketing?
- Estructura básica de una historia: inicio, nudo y desenlace.
- Ejemplos de storytelling en marcas exitosas.

---

## Unidad 2:

---

### **Semana 2: Técnicas de Copywriting**

#### **Sesión 3: Psicología del Consumidor**

- Comportamiento del consumidor y toma de decisiones.
- Deseos, necesidades y objeciones del cliente.
- Cómo usar el lenguaje emocional para conectar.

#### **Sesión 4: Fórmulas de Copywriting**

- Fórmulas clásicas: AIDA, PAS, FAB y más.
- Cómo escribir titulares efectivos.
- Práctica: redacción de titulares para diferentes productos o servicios.

#### **Sesión 5: Llamados a la Acción (CTAs)**

- ¿Qué es un CTA y por qué es importante?
- Cómo crear CTAs persuasivos.

Práctica: diseño de CTAs para diferentes escenarios.

ACREDITACION. Actividad práctica.



## Escuela de Oficios Digitales

---

### UNIDAD 3.

---

#### **Semana 3: Storytelling Aplicado al Marketing**

##### **Sesión 6: Creación de Personajes y Relatos**

- Desarrollo de personajes con los que la audiencia se identifique.
- Uso de arquetipos en el storytelling.
- Práctica: creación de un personaje para una marca.

##### **Sesión 7: Narrativas de Marca**

- Cómo construir una narrativa coherente para una marca.
- Ejemplos de storytelling en campañas publicitarias.
- Práctica: desarrollo de una historia para una marca ficticia o real.

##### **Sesión 8: Storytelling en Redes Sociales**

- Cómo adaptar historias a plataformas como Instagram, Facebook y LinkedIn.
- Uso de formatos multimedia (fotos, videos, textos).
- Práctica: creación de una publicación con storytelling para redes sociales.

---

### UNIDAD 4.

---

#### **Semana 4: Copywriting y Storytelling en Diferentes Canales**

##### **Sesión 9: Email Marketing**

- Cómo escribir emails que abran y conviertan.
- Estructura de un email efectivo.
- Práctica: redacción de un email promocional.

##### **Sesión 10: Páginas de Venta (Landing Pages)**

- Elementos clave de una landing page efectiva.



- Cómo combinar copywriting y storytelling en una página de ventas.
- Práctica: diseño de una landing page sencilla.

#### **Sesión 11: Redes Sociales y Anuncios**

- Cómo escribir textos persuasivos para anuncios en redes sociales.
- Adaptación del mensaje al público objetivo.
- Práctica: creación de un anuncio para Facebook o Instagram.

#### **Sesión 12: Integración y Proyecto Final**

- Revisión de conceptos clave.
- Presentación de un proyecto final: creación de una campaña que combine copywriting y storytelling.
- Feedback y recomendaciones para seguir mejorando.

---

#### *Metodología:*

---

- **Enfoque práctico:** Cada sesión incluye ejercicios para aplicar lo aprendido.
- **Casos reales:** Análisis de ejemplos de marcas y campañas exitosas.
- **Feedback personalizado:** Revisión de los trabajos de los estudiantes para mejorar su técnica.
- **Recursos adicionales:** Materiales de apoyo (plantillas, guías, libros recomendados).

---

#### *Evaluación:*

---

- Participación activa en las clases
- Entrega de ejercicios prácticos semanales.
- Proyecto final: creación de una campaña que integre copywriting y storytelling.
- Entrega de certificado de finalización del curso.

## Escuela de Oficios Digitales

---

### *Recursos Necesarios:*

---

- Computadora o dispositivo móvil con acceso a Internet.
- Herramientas básicas de escritura (Word, Google Docs).
- Acceso a plataformas de redes sociales para prácticas.

---

### **Escuela de Oficios Digitales Centro de Innovación Tecnológica La Falda**

Av. España 884 1er Piso.

La Falda, Córdoba

[administracion@citalfalda.gob.ar](mailto:administracion@citalfalda.gob.ar)

Whatsapp 3548 602655