



CURSO DE

Copywriting y Storytelling Digital

**Copy + Story: la fórmula para crear contenido
irresistible en redes y web.**



Duración: 18 horas.

Días y horarios:

Del 23 de octubre al 10 de noviembre de 2025.

Lunes de 19.00 a 21.00 Hs y Jueves de 19.00 a 22.00 Hs.

Modalidad: Virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$20.000.-

+ 1 pago de \$80.000.-

Comunidad UAI:

Matrícula: \$20.000.-

+ 1 pago de \$60.000.-

Dirigido a:

- Emprendedores y creadores de contenido que gestionan su propia comunicación en redes.
- Community Managers y social media managers que redactan textos para distintas plataformas.
- Estudiantes y profesionales de comunicación, marketing o publicidad.
- Freelancers y redactores digitales que buscan mejorar la calidad e impacto de sus textos.
- Diseñadores y creativos que necesitan complementar su trabajo visual con mensajes efectivos.
- Personas que desarrollan marcas personales y desean conectar emocionalmente con su audiencia.

Objetivos:

- Aprender a redactar llamados a la acción (CTAs) efectivos para aumentar la conversión en medios digitales.
- Aplicar principios del copywriting adaptados a distintas plataformas y audiencias.
- Dominar estructuras de textos persuasivos, como AIDA, PAS y otras fórmulas profesionales.
- Utilizar técnicas de storytelling para crear relatos que refuercen la identidad de marca.
- Incorporar escritura emocional y tono conversacional para lograr cercanía con el público.
- Diseñar distintos tipos de historias (inspiracionales, testimoniales, educativas) según el objetivo comunicacional.

Evaluación: Actividades prácticas (trabajo con devolución oral).

Fundamentación:

El curso de Copywriting y Storytelling Digital brinda herramientas clave para escribir de forma persuasiva, emocional y estratégica en entornos digitales. Está pensado para mejorar la comunicación de marcas, productos o proyectos a través de textos que conecten con la audiencia. Combina técnicas de redacción comercial con narrativas creativas y estructuras efectivas. Se trabajarán formatos para redes sociales, anuncios, emails, landing pages y más. La propuesta es práctica, dinámica y adaptable a diferentes perfiles profesionales. Ideal para quienes buscan escribir con impacto y sentido en el mundo digital.

Enfoque general:

El curso tiene un enfoque práctico y creativo, orientado a mejorar la escritura digital desde una perspectiva estratégica y emocional. Se centra en el uso del **copywriting** como herramienta de persuasión y en el **storytelling** como recurso para generar conexión auténtica con el público. A lo largo del recorrido, se integran técnicas narrativas, estructuras efectivas y adaptaciones según plataforma y objetivo. La propuesta busca desarrollar una voz de marca clara, cercana y convincente.

Calendario de clases:

Llamadas a la acción (CTAs) efectivas

¿Qué es una llamada a la acción (Call To Action)?

Dónde ubicar las CTAs en redes, newsletters, sitios web, landing pages.

Palabras clave y fórmulas para aumentar clics y conversiones.

Ejercicios de redacción de CTAs para distintos objetivos.

Principios del copywriting en plataformas digitales

¿Qué es el copywriting y cuál es su propósito en lo digital?

Lenguaje claro, breve y orientado a la acción.

Adaptación del mensaje según plataforma (Instagram, TikTok, X, sitios web, email).

Errores frecuentes al escribir para medios digitales.

Estructuras de textos persuasivos

Cómo organizar un texto que capte, mantenga y convierta la atención.

Introducciones impactantes, desarrollo persuasivo y cierres accionables.

Adaptación a distintos formatos: post, email, landing page, anuncio.

Revisión de textos reales y sugerencias de mejora.

Storytelling aplicado a marcas y productos

¿Qué es el storytelling y por qué conecta con la audiencia?

El poder de contar historias en lugar de vender productos.

Elementos clave: personaje, conflicto, transformación.

Cómo humanizar una marca a través del relato.

Ejercicios para crear historias alineadas con la identidad de marca.

06.11 - Escritura emocional y conversacional

Técnicas para conectar con las emociones del lector.

El tono conversacional: cercanía, naturalidad, autenticidad.

Escribir como si hablaras con una persona real.

Cómo despertar empatía y lograr identificación con el mensaje.

La estructura del viaje del héroe

¿Qué es el viaje del héroe? Origen y adaptación al marketing.

Etapas principales: llamado, prueba, transformación, regreso.

Aplicación en storytelling publicitario y branding personal.

Construcción de relatos que reflejen superación y propósito.

Tipos de historia (inspiracional, testimonial, educativa)

Clasificación de historias según su enfoque y objetivo.

Historias inspiracionales: valores, desafíos y logros.

Historias testimoniales: relatos reales de usuarios, clientes o fundadores.

Historias educativas: storytelling aplicado a contenidos didácticos.

Cuándo y cómo utilizar cada tipo de historia.

Director:

José Abel Lemos. Magister en Comunicación Digital.

Magister en Comunicación Digital por la Universidad de Andalucía España. Doctorando en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Licenciado en Periodismo Universidad Nacional de Lomas de Zamora, y tengo un Posgrado en Community Manager por la Universidad de Belgrano (UB). Actualmente se desempeña como docente en materias de UAI la Lic. en Videojuegos, la Lic. Tecnología Informática y Maestría en Tecnología Educativa.