



2026

CURSO

Copywriting y Storytelling Digital

Aprende a crear mensajes persuasivos y contar historias digitales que conecten, enganchen y conviertan a tu audiencia en entornos online.

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



Duración: 17 horas.

Días y horarios:

Del 19 de octubre al 09 de noviembre de 2026.

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

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$204.800.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$159.360.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$163.840.-

(*) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

(**) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

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.

Beneficios:

- Desarrollar habilidades para redactar contenidos persuasivos y efectivos en distintos formatos digitales.
- Aprender a construir historias que generen conexión emocional y engagement con la audiencia.
- Mejorar la capacidad de comunicar mensajes de marca de manera clara, atractiva y estratégica.

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.

Resultados de aprendizaje:

- Redactar contenidos digitales persuasivos, aplicando técnicas de copywriting que atraigan y conviertan a la audiencia en distintos formatos y plataformas.
- Construir historias digitales coherentes y atractivas, utilizando principios de storytelling que generen conexión emocional con la comunidad online.
- Analizar mensajes y contenidos existentes, identificando oportunidades de mejora para aumentar engagement y efectividad comunicativa.
- Diseñar campañas de comunicación digital integrando copywriting y storytelling, asegurando claridad, coherencia y alineación con los objetivos de marca.
- Evaluar el impacto de los contenidos producidos, interpretando métricas y retroalimentación para optimizar futuras acciones digitales.

Resultados esperados:

- Comprensión de técnicas de copywriting: El participante adquirirá conocimientos sobre cómo redactar mensajes persuasivos y efectivos adaptados a distintos canales y audiencias digitales.
- Dominio del storytelling digital: El participante comprenderá cómo construir historias que generen conexión emocional, engagement y fidelización de la audiencia online.
- Aplicación práctica de contenidos digitales: El participante conocerá cómo planificar, diseñar y ejecutar contenidos y campañas que integren copywriting y storytelling de manera estratégica.
- Interpretación de resultados y optimización: El participante adquirirá conocimientos para analizar métricas e impacto de los contenidos, ajustando estrategias para mejorar su efectividad comunicativa.

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.

Contenidos:

Llamadas a la acción (CTAs) efectivas 19.10

¿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 22.10

¿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 26.10

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 29.10

¿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.

Escritura emocional y conversacional 02.11

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 05.11

¿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) 09.11

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.

Metodología:

La metodología del curso combina teoría y práctica, integrando técnicas de copywriting y storytelling aplicadas a casos reales y proyectos digitales.
Se desarrollarán talleres prácticos, análisis de ejemplos y ejercicios de creación de contenidos para fortalecer la aplicación inmediata de los conocimientos.
Se emplearán recursos digitales, guías y herramientas de escritura y edición que faciliten la producción de mensajes persuasivos y narrativas efectivas.

Evaluación:

Realización de ejercicios prácticos de redacción y creación de historias digitales aplicadas a casos reales.
Desarrollo y presentación de un proyecto final que integre copywriting y storytelling para una marca o campaña específica.
Evaluación de la participación y aplicación efectiva de los contenidos durante las actividades del curso.

Bibliografía:

Lemos, José Abel. Copywriting y Storytelling Digital. Material propio elaborado para la diplomatura.

Anita A. Cufari. Storytelling y copywriting. Cómo contar la historia de tu empresa, una guía práctica para crear narrativas y textos que conecten con la audiencia en entornos digitales.

Rosa Morel. Manual copywriting en español: El libro más completo de copywriting digital, que ofrece técnicas y ejercicios para escribir textos persuasivos en medios online.

María Fornet. Copywriting: Escribir para vender en Internet, obra que explora principios y prácticas del texto persuasivo aplicado al marketing digital (reconocido en programas de formación en comunicación digital).



Vicente Hernández. Storytelling para marcas, texto que desarrolla cómo usar las historias para construir identidad y engagement online (ampliamente utilizado en cursos de comunicación y marketing).

Director:

José Abel Lemos Legajo. Mg. 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.

