

Redacció per a Xarxes Socials i Webs

4a Edició

Codi: 174080

Tipologia: Curs d'especialització

Crèdits: 2.00

Idioma: Català

Horari: L'estudiant pot iniciar el curs en qualsevol data fins al 15 de maig de 2018. Haurà de finalitzar el curs en un màxim de 2 mesos a partir de la data en què se li lliurin les claus d'accés.

Lloc de realització: ON LINE

Places: 30

Preus i descomptes

Preu: 230 €

Raons per fer el curs

- Aprèn a **transmetre el valor dels teus serveis**, a millorar el missatge per vendre de la manera adequada.
- Fes que el teu **web** i les teves **xarxes socials atreguin i persuadeixin els teus clients**.
- La **redacció del món online** no és la mateixa que faríem servir per a un text periodístic, o per a una novel·la.

Presentació

- Sempre has d'anar al darrere de la gent per **convèncer-la que et contractin**.
- El teu servei és genial**, però la gent ni s'immuta!
- I el teu web, malgrat els diners que t'ha costat, **no t'ajuda a captar clients**.

Objectius

Amb aquest curs aprendràs a:

- Captar noves visites
- Fidelitzar-les
- Convertir les visites en clients
- Augmentar la llista de subscriptors del teu *newsletter* i els seguidors de les teves xarxes socials
- L'estructura, paraules, tècniques d'escriptura adequades per aconseguir *feedback*

Sortides professionals

Complement per ajudar qualsevol tipus de professional a vendre els seus serveis o productes *online*.

A qui s' adreça

- Professionals que necessitin vendre els seus serveis *online*, gestors de continguts i *community managers*, bloguers, periodistes...
- Estudiants de filologies, lletres, administració i direcció d'empreses, relacions públiques...

Requisits d'admissió

- Mínim d'estudis de batxillerat.
- Els alumnes han de disposar d'ordinador amb connexió a Internet per poder fer el curs.
- Coneixements d'usuari d'Internet.
- Cal entendre el català.
- El curs admet persones sense titulació universitària

Pla d'estudis

Redacció per a Xarxes Socials i Webs

Mòdul 1. Introducció

- La comunicació 2.0
- L'estructura del supermercat
- Què és el *copywriting*

Mòdul 2. El valor diferencial

- La importància del valor afegit
- *Benchmark*

Mòdul 3. El propòsit del text

- Objectius comunicatius
- Titulars eficaços

Mòdul 4. L'estudi del *target*

- Característiques del client ideal
- Motivadors de compra del màrqueting

Mòdul 5. El to

- L'*storytelling*

Mòdul 6. Crides d'acció (CTA)

- Com avaluar si funcionen a través dels indicadors

Mòdul 7. Com parlar de preus i altres objeccions, com la manca de temps

Mòdul 8. Com estructurar un web

Mòdul 9. Com estructurar un *newsletter*

Mòdul 10. Com escriure en xarxes socials

- Freqüència
 - Tipus de continguts
 - Llenguatge específic per a cada xarxa
-

Titulació

Curs d'Especialització en Redacció per a Xarxes socials i Webs per la Fundació UdG: Innovació i Formació

Metodologia

–Introducció teòrica amb pràctiques intercalades.

–L'estudiant tindrà dos mesos per finalitzar el curs, a partir del moment que rebi la clau d'accés al moodle.

Sistema avaluació

–La valoració es basarà en un «apte/no apte» a partir de l'avaluació dels exercicis pràctics.

–Es partirà de la base «coneixements inicials – coneixements apresos» final en funció dels resultats esperats d'acompliment dels objectius.

Finançament

Finançament bancari

Els estudiants matriculats poden finançar el pagament de la matrícula en quotes.

La Fundació ha establert convenis amb condicions preferents pels seus alumnes amb les següents entitats:

- [Sabadell Consumer](#)
- [CaixaBank](#)
- [Banc Santander](#)

Quadre docent

Direcció

Txell Costa Romea

Periodista especialitzada en la gestió de comunicació i màrqueting per a professionals i institucions. Formadora per a la Fundació Universitat de Girona, la Universitat Autònoma de Barcelona i el Col·legi de Periodistes de Catalunya, entre d'altres, amb especial èmfasi en la comunicació digital.

Coordinació

Laura Lòpez Bahí

És especialista en atenció al client. Formada en Wordpress i comerç online.

Professorat

Txell Costa Romea

Periodista especialitzada en la gestió de comunicació i màrqueting per a professionals i institucions. Formadora per a la Fundació Universitat de Girona, la Universitat Autònoma de Barcelona i el Col·legi de Periodistes de Catalunya, entre d'altres, amb especial èmfasi en la comunicació digital.

*La direcció es reserva el dret de modificar l'equip docent, si fos necessari, per garantir el nivell de qualitat i categoria professional.

Entitats promotores

Fundació Universitat de Girona: Innovació i Formació



Txell Costa Group



Redacció per a Xarxes Socials i Webs

Calendari

Data	Lloc	Inici matí	Fi matí	Inici tarda	Fi tarda
------	------	------------	---------	-------------	----------