ICA
Instituto Colombiano Agropecuario

UTADEO
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO



# EDUCACIÓN CONTINUA

## FORMACIÓN EN COPYWRITING CREATIVO

**18 de septiembre de 2025**

**No. 1221 V.4**

# CONTENIDO DE LA PROPUESTA

1. PRESENTACIÓN ..... 3
2. ASPECTOS GENERALES ..... 4
3. NUESTROS OBJETIVOS DE FORMACIÓN ..... 5
4. DESARROLLO PROPUESTA ACADÉMICA ..... 5
5. CONDICIONES GENERALES ..... 7
6. PERFIL DOCENTE ..... 10
7. PROPUESTA ECONÓMICA ..... 10
8. CRONOGRAMA ..... 11
9. CIERRE ..... 12
11. DERECHOS DE AUTOR ..... 12
12. VIGENCIA ..... 12

# 1. PRESENTACIÓN

## Misión

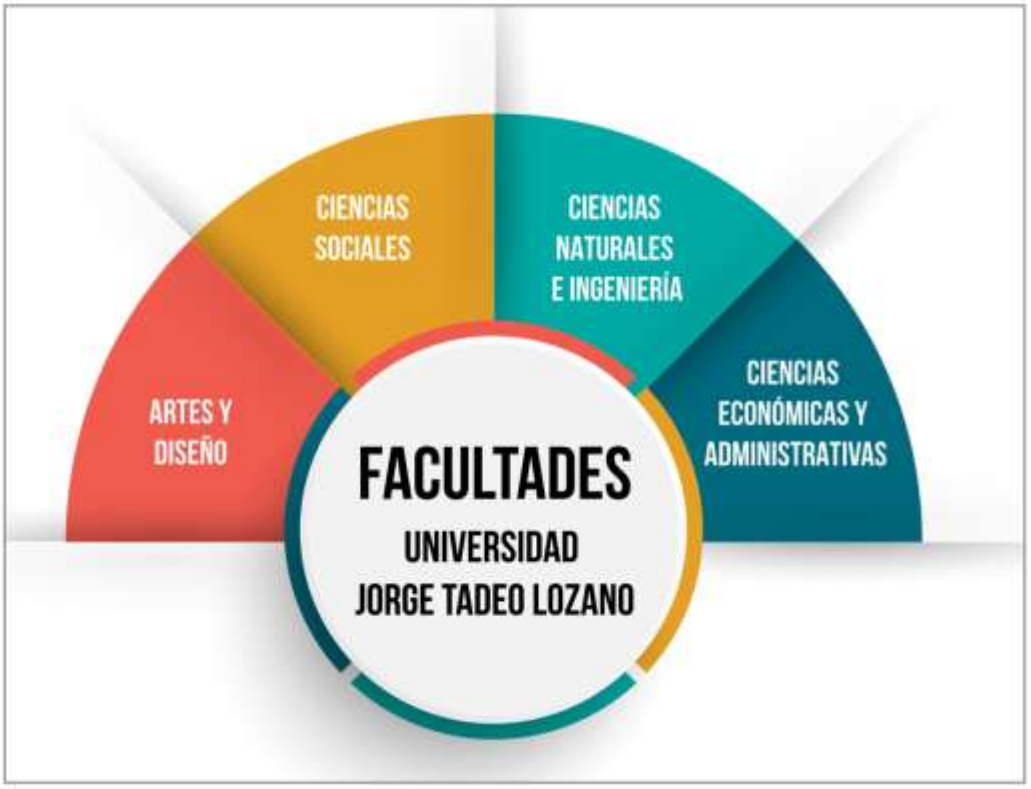
La Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano es una institución de carácter pluralista, que busca la formación de profesionales éticos, competentes, críticos y creativos, que asuman su compromiso con la sociedad con clara conciencia de respeto por los seres humanos y sus derechos, por el medio ambiente y contribuyan al bien común y al desarrollo social, cultural, empresarial, científico y estético en el contexto internacional, con fundamento en los ideales de la Expedición Botánica.

## Visión

La Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano continuará siendo una universidad formativa y pluralista comprometida con el proyecto de vida de sus estudiantes, que propiciará su desarrollo intelectual, artístico, social y emocional como ciudadanos integrales, que contribuirán a una sociedad equitativa y sostenible.

Somos una universidad con Acreditación Institucional de Alta Calidad, con amplia oferta de programas de pregrado, posgrado y educación continua en Bogotá, Cartagena, Santa Marta y regiones, con un modelo pedagógico propio e innovador en Colombia. Alimentamos las calidades y cualidades de los estudiantes, y potenciamos su ser, hacer y crear desde diferentes disciplinas, enfoques y culturas.

Formamos personas innovadoras, que piensan diferente, que entienden el mundo creativamente y plantean soluciones transformadoras. Nos preocupamos por ser éticos, transparentes y responsables; nuestro fin es que los líderes que estamos formando conciban soluciones para mejorar el mundo.




La Universidad a través de la Educación Continua diseña programas de formación a la medida a empresas en las diferentes áreas académicas, con el objetivo de formar y capacitar a sus colaboradores conforme a sus necesidades, estrategias y cultura de la organización. Los programas son realizados por profesionales expertos en el área.

## 2. ASPECTOS GENERALES

En atención a los cambios vertiginosos que ha traído la cuarta revolución industrial, incluyendo una sociedad más dinámica, competitiva, globalizada e interdisciplinaria, sumados ahora a los retos en salud, trabajo y tecnología debido a la coyuntura mundial, las organizaciones deben seguir liderando propuestas innovadoras en la formación de competencias integrales, que generen valor agregado diferencial en sus Integrantes.

El ejercicio profesional y laboral actual, requiere no solo el aprendizaje de conocimientos teórico-prácticos en “competencias duras” que se adquieren a lo largo de la formación académica, sino que además es muy importante

complementarlas con la aplicación de competencias o habilidades “blandas” o personales, entre otras a través del liderazgo y trabajo en equipo, la comunicación asertiva, negociación y manejo de conflictos, la planeación estratégica y la adaptación a los cambios.

En efecto las capacitaciones experienciales propuestas desarrollan herramientas teórica-prácticas probadas, con las cuales los participantes interiorizarán las mejores competencias que podrán aplicar en su vida profesional y personal, logrando así diferenciarse, trascender e impactar positivamente en su entorno.

## 3. NUESTROS OBJETIVOS DE FORMACIÓN

- Contribuir al desarrollo social, cultural y económico del sector empresarial a través de la formación continua con programas de alta calidad para promover las competencias de las personas que conforman la organización.

- Proporcionar los fundamentos y herramientas necesarias que permitan mejorar los conocimientos, habilidades, conductas y actitudes del personal de las organizaciones y que respondan a las necesidades del mercado y a los cambios del entorno.

## 4. DESARROLLO PROPUESTA ACADÉMICA

### Justificación

El Copywriting es una habilidad fundamental en el mundo de la publicidad y el marketing. En un entorno altamente competitivo y saturado de información, la capacidad de crear contenido persuasivo y cautivador es esencial para destacar y llegar efectivamente a la audiencia. Este curso ofrece una oportunidad única para adquirir las habilidades necesarias para redactar mensajes publicitarios creativos y persuasivos que generen impacto y provoquen acciones.

## Metodología

Este programa está diseñado para mejorar las habilidades de redacción de los participantes. No existen fórmulas mágicas para ello, más que la constancia en la escritura, el conocimiento de las reglas, el perfeccionamiento de la técnica y, por último, el descubrimiento de un estilo propio.

Por lo anterior este curso está compuesto mayoritariamente de ejercicios prácticos que retarán y desarrollarán las habilidades de los participantes. Contiene, por supuesto, un marco teórico que se servirá de insumo e inspiración para la puesta en práctica de dichos ejercicios, pero como es de suponer, el componente práctico se impondrá al teórico.

Vamos a escribir y a divertirnos haciéndolo. Vamos a redescubrir la escritura como vehículo para liberar nuestras ideas; la lectura como alternativa de entretenimiento y el poder de la redacción como herramienta para reivindicar la relevancia de la publicidad en la comunicación y en la sociedad.

## Objetivos

- Comprender los principios fundamentales del Copywriting y su aplicación en la publicidad moderna.
- Desarrollar la capacidad de identificar y comprender las necesidades, deseos y motivaciones del público objetivo.
- Dominar las técnicas y estrategias de redacción persuasiva para crear mensajes publicitarios efectivos.
- Practicar la creación de contenido publicitario creativo y relevante para diferentes medios y plataformas.
- Aprender a realizar análisis y evaluación crítica de la efectividad del contenido publicitario.
- Refinar habilidades de edición y revisión para asegurar la calidad y coherencia del mensaje publicitario.

## 5. CONDICIONES GENERALES

| | |
|---|---|
| Número de participantes: | 7 participantes. |
| Horas de desarrollo: | 42 horas. |
| Modalidad de desarrollo: | Híbrida (sincrónicas y presenciales en las instalaciones de la Universidad). |
| Fecha de inicio: | Por definir. |
| Horario: | Sesiones Presenciales en las instalaciones de la Universidad de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. con una hora de almuerzo.<br>Sesiones Sincrónicas a través de Zoom académico de 8:00 a.m. a 12:00 m. |
| Modalidad: | La formación se impartirá bajo modalidad híbrida, que combine sesiones presenciales en las instalaciones de la Universidad y sesiones sincrónicas en línea a través de plataforma institucional (Zoom académico). |
| Certificación: | Los participantes que cumplan con una asistencia y participación en actividades igual o superior al 80% recibirán un certificado expedido por la Universidad en físico (este certificado será entregado en la ceremonia de cierre descrita en el numeral 9). Igualmente la Universidad enviará una copia escaneada de estos certificados al ICA. |
| Porcentaje de certificación: | 80%. |

Nota: Las sesiones no pueden ser copiadas ni reproducidas.

## 6. CONTENIDO DEL PROGRAMA

| Módulos | Contenido | No. de horas |
|---|---|---|
| **Módulo 1:**<br><br>**INTRODUCCIÓN (PRÓLOGO)** | • Presentaciones credenciales del profesor.<br>• Contenido y objetivos generales del programa.<br>• Sistema de evaluación. | 1 |
| **Módulo 2:**<br><br>**REDACCIÓN LITERARIA** | • Contexto y antecedentes generales.<br>• Reglas básicas.<br>• Estilos de redacción y géneros literarios.<br>• Las figuras retóricas.<br>• Ejercicios de redacción y edición.<br>• Quotes y Poemas.<br>• Proyecto. (Cuento) | 11 |
| **Módulo 3:**<br><br>**REDACCIÓN CREATIVA** | • Contenido y objetivos generales del capítulo.<br>• Cadáver exquisito.<br>• Rewrite the end. (La historia de la carta).<br>• Remake. (Sueños cruzados)<br>• Improvisación bajo presión. (Ruleta de temas).<br>• Chat GPT. (Usos, trucos y ética)<br>• Proyecto. (Artículo. Justificando lo injustificable). | 15 |

| Módulos | Contenido | No. de horas |
|---|---|---|
| **Módulo 4:**<br><br>**REDACCIÓN PUBLICITARIA** | • Contenido y objetivos generales del capítulo.<br>• El tag line y el titular.<br>• Manifiestos inolvidables en los audiovisuales.<br>• La síntesis del Outdoor.<br>• La imaginación de la radio.<br>• La inmediatez de las redes (Captions y CTAs potenciados con IA).<br>• Trabajo final. (Campaña 360) o según se defina previamente con el Supervisor del Contrato. | 15 |
| | **TOTAL HORAS** | **42** |

Recursos y apoyos incluidos en la propuesta:

- Docente experto en las temáticas.
- Formación cerrada y hecha a la medida de las necesidades del Instituto Colombiano Agropecuario.
- Certificados de participación en físico con logo de la Universidad.
- Uso y diseño del curso en la plataforma AVATA (Ambiente Virtual de Aprendizaje Tadeísta).
- Uso de la plataforma Zoom académico.
- Grabación de las sesiones sincrónicas con fines académicos, como material de apoyo y consulta para los participantes.
- Coordinación administrativa.
- Entrega de informe de ejecución del proceso de formación con fotos, listado de asistencias y constancia de entrega de certificados a la supervisión del contrato.
- Estación básica de café.
- Entrega de libreta y esfero.

## 6. PERFIL DOCENTE

Publicista egresado de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Con más de dos décadas de trayectoria, ha sido docente universitario, ha sido director creativo en algunas de las agencias más reconocidas de Colombia como Leo Burnett, Sancho BBDO y DDB, liderando campañas para marcas globales como Coca-Cola, McDonald's, Visa, Adidas y muchas más. Su trabajo ha sido galardonado con más de cien premios nacionales e internacionales.

En 2017 fundó un estudio de branding y diseño que combina comunicación visual con moda y productos, un modelo de negocio pionero en Colombia que ha captado la atención de medios especializados a nivel global.

En 2024 publicó su primer libro de cuentos cortos "No Me Vengan con Cuentos", donde fusiona creatividad publicitaria y narrativa literaria con un estilo pensado para las nuevas generaciones. Actualmente es docente universitario, empresario y escritor, mientras prepara su segundo libro y participa activamente en maratones y ultramaratones.

## 7. PROPUESTA ECONÓMICA

| PROGRAMA | # HORAS | PARTICIPANTES | GRUPOS | MODALIDAD | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| **Formación en Copywriting Creativo** | 42 | 7 participantes | 1 | Híbrida | $14.100.000 |

**Nota**: Cualquier ítem o detalle que no se mencione específicamente en esta propuesta, no hace parte de la misma y generará un costo adicional previa validación.

La Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, es una institución de educación superior, no es responsable del impuesto a las ventas (IVA). Lo

anterior, de conformidad con el artículo 92 de la Ley 30 de 1992 “por el cual se organiza el servicio público de la educación superior”.

## 8. CRONOGRAMA

| Sesiones | Hora | Número de horas dictadas | Modalidad | Actividad programada |
|---|---|---|---|---|
| Semana 1 | 8:00 A.M. A 5:00 P.M. | 8 | Presencial | Sesión de apertura e introducción al curso. Desarrollo Módulo 1 e inicio Módulo 2. |
| | 8:00 A.M. A 12:00 M | 4 | En vivo y directo por Zoom | Continuación Módulo 2 – Redacción Literaria. |
| Semana 2 | 8:00 A.M. A 5:00 P.M. | 8 | Presencial | Finalización Módulo 2 y apertura Módulo 3 – Redacción Creativa. |
| | 8:00 A.M. A 12:00 M | 4 | En vivo y directo por Zoom | Desarrollo de ejercicios prácticos – Módulo 3. |
| Semana 3 | 8:00 A.M. A 5:00 P.M. | 8 | Presencial | Cierre Módulo 3 e inicio Módulo 4 – Redacción Publicitaria. |
| | 8:00 A.M. A 12:00 M | 4 | En vivo y directo por Zoom | Continuación Módulo 4 – Producción de contenidos digitales. |
| Semana 4 | 8:00 A.M. A 5:00 P.M. | 6 | Presencial | Finalización Módulo 4, presentación del proyecto final y evaluación general del curso. |
| **TOTAL DE HORAS** | | **42** | | |

## 9. CIERRE

La Universidad propone una ceremonia de cierre presencial, bien sea en las instalaciones del ICA o de la Universidad, dicho cierre podrá ser programado 8 días hábiles posteriores a la finalización del programa de formación. Lo anterior, sin que esta fecha exceda el 13 de diciembre de 2025.

## 10. FORMA DE PAGO

La Universidad expide la factura del valor total de la propuesta económica al inicio del Curso o según se defina previamente.

Importante:

- Si el grupo final de participantes es inferior al presentado en esta propuesta, el valor total del curso se mantiene.

- Si el grupo de participantes es superior al presentado en esta propuesta, la Entidad deberá gestionar cada inscripción adicional y ser garante del pago por persona.

## 11. DERECHOS DE AUTOR

La Universidad se reserva los derechos de autor del programa académico que constituye la propuesta actual. Todos los derechos de propiedad intelectual pertenecen a la Universidad, de conformidad con la normativa nacional y supranacional sobre la materia.

## 12. VIGENCIA

La propuesta tiene validez hasta el 30 de noviembre de 2025.

UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

Contacto: Maritza Núñez
Líder de Proyectos Corporativos
maritza.nunezg@utadeo.edu.co
Celular: 3001905800
PBX: 2427030 Ext. 3953
www.utadeo.edu.co

VIGILADA MINEDUCACIÓN