



Una Palabra Vale Más Que Mil Imágenes : Copywriting para Persuadir a Las Audiencias

Caballé May, Jordi

Monografía

La creatividad no es innata. El copywriting se aprende. De la misma forma que podemos trabajar los músculos del cuerpo, podemos entrenar el cerebro a pensar de forma creativa. Este libro pretende explicar qué es el copywriting o la redacción publicitaria, sus principios, las funciones del redactor, el proceso de conceptualización, el poder del storytelling para contar buenas historias, y el papel del humor para captar la atención. Combina teoría y práctica con una actividad al final de cada capítulo. Lo difícil no es escribir para diferentes medios o entornos digitales, sino escribir buenos textos con un propósito concreto: persuadir a quien los lee

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzU5OTQ3NDQ>

Título: Una Palabra Vale Más Que Mil Imágenes Copywriting para Persuadir a Las Audiencias

Edición: 1st ed

Editorial: Barcelona Editorial UOC 2024 2024

Descripción física: 1 online resource (128 pages)

Mención de serie: Manuales Series v.726

ISBN: 84-11-66031-1

Autores: Castillo Díaz, Fidel del

Enlace a formato físico adicional: 84-11-66030-3

Punto acceso adicional serie-Título: Manuales Series

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es

