

# Esperto Universitario

## Copywriting





**tech** università  
tecnologica

## Esperto Universitario

### Copywriting

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-copywriting](http://www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-copywriting)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Struttura e contenuti

---

*pag. 12*

04

Metodologia

---

*pag. 18*

05

Titolo

---

*pag. 26*

# 01

# Presentazione

Non si tratta di vendere il prodotto, il servizio o l'azienda. Il *Copywriting* trasforma i valori del marchio e i benefici in emozioni convincenti. Il tutto con un target principale: il cliente. Ecco l'appassionante lavoro quotidiano di creazione di contenuti persuasivi di un *copywriter*. Una figura essenziale per il mondo digitale, in continua evoluzione ed espansione. Proprio per questo TECH ha progettato questo programma creato da eminenti specialisti in *Copywriting*. La sua esperienza si riflette in un programma avanzato di 450 ore di lezioni incentrato sulle principali tecniche di scrittura di un copy, il suo approccio ai social media, la creazione della storia del marchio e numerosi casi di successo di *storytelling*. Tutto in un formato 100% online, accessibile in qualsiasi momento della giornata, da un dispositivo elettronico con connessione internet.



“

*Accedi al mondo del Copywriting con garanzia di successo grazie a questo Esperto Universitario 100% online"*

La padronanza della scrittura è uno dei punti di forza di ogni *copywriter*. Sotto la premessa della persuasione deve essere in grado di utilizzare le tecniche più efficaci per generare interesse da parte del pubblico per consumare un'idea, al di là del proprio prodotto o servizio. Un invito all'azione di vendita inoltre adattato a diversi formati e canali come i social network, un'email, un sito o un catalogo.

A priori, un lavoro che potrebbe essere semplice, ma che richiede una conoscenza approfondita del linguaggio, le formule più efficaci per la redazione o il *neurocopywriting*. Su questa linea si concentra questo Esperto Universitario in Copywriting, che addentra gli studenti nella figura propria del *copywriter*, le risorse per la creazione di messaggi creativi, di qualità e di successo.

Il tutto in un programma con un approccio teorico-pratico, che porterà il laureato a raccogliere informazioni, a concentrarsi sul cliente e a padroneggiare le principali formule per la scrittura di messaggi che riscaldano direttamente nel futuro acquirente. Inoltre, avrai a disposizione video riassunti di ogni argomento, video in dettaglio, letture specializzate e casi di studio a cui potrai accedere in qualsiasi momento della giornata, da un dispositivo elettronico con connessione internet.

Una qualifica avanzata in cui non dovrai investire molte ore di studio e memorizzazione, perché grazie al sistema *Relearning*, utilizzato da TECH, potrai facilmente consolidare i concetti chiave e innovativi di questa qualifica.

In questo modo, il professionista si trova di fronte a un'eccellente opportunità per poter crescere in un settore in crescita attraverso una formazione di qualità, impartita da veri esperti con una lunga storia nell'universo del *Copywriting*.

Questo **Esperto Universitario in Copywriting** possiede il programma didattico più completo e aggiornato del mercato. Le sue caratteristiche principali sono:

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Comunicazione, Marketing e Copywriting
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



*Capirai i nuovi modi di vendere con le figure di spicco del Copywriting che insegnano questo titolo universitario"*

“

*Sai cosa significa transcreation e come applicarla in una strategia di marketing internazionale? Scoprilò con questo Esperto Universitario"*

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore e altre aree correlate, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

Contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Scrittura per blog, sceneggiatura di podcast e video... Tutto ciò di cui hai bisogno per creare il miglior content marketing, te lo offre TECH.*

*Impara in questo Esperto Universitario le principali formule utilizzate dai migliori copywriter e portali al tuo lavoro quotidiano.*

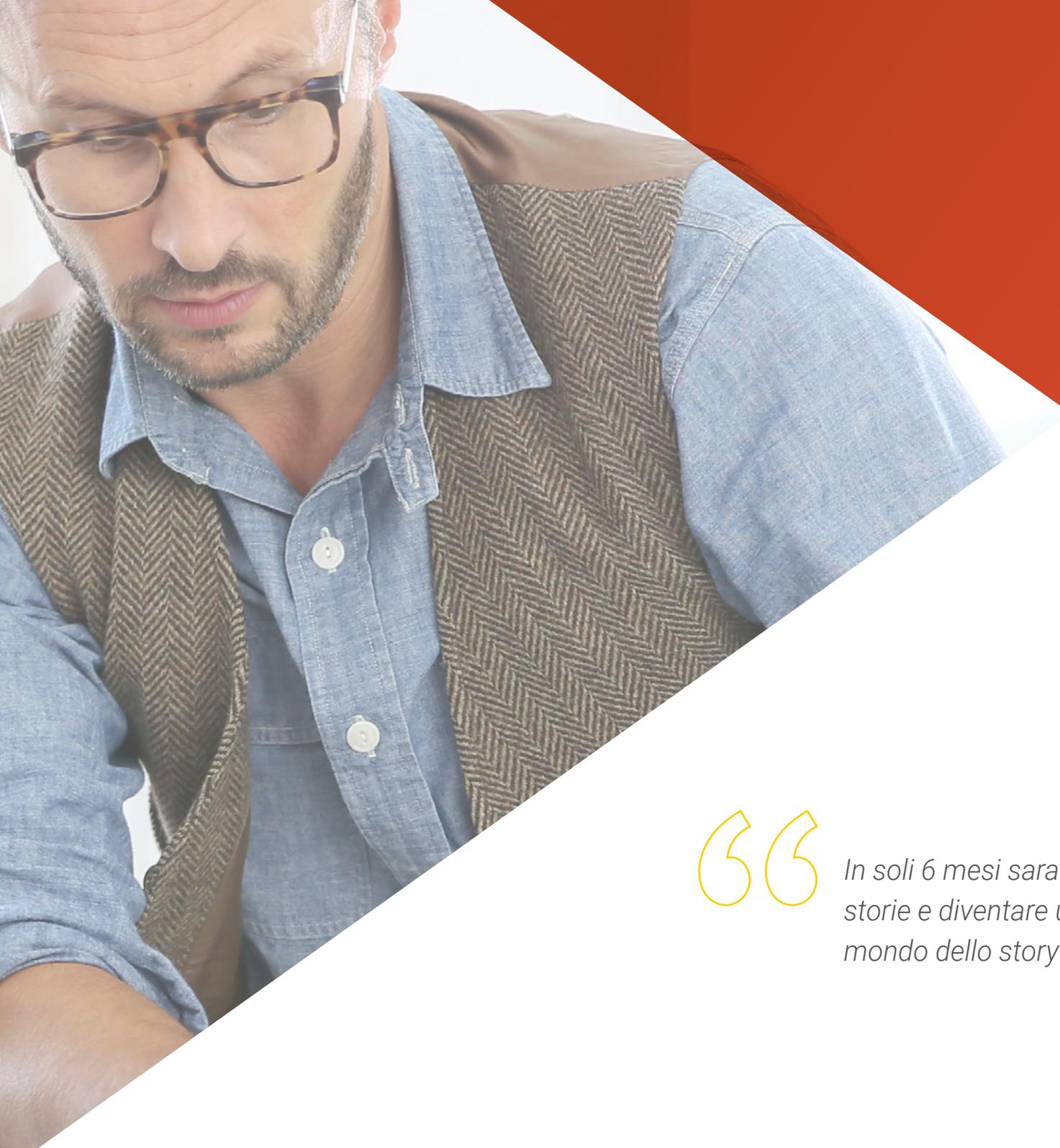


# 02

## Obiettivi

Questo programma è stato progettato per essere in grado di guidare il percorso professionale dei comunicatori che desiderano crescere come *copywriter*. Un obiettivo che sarà molto più facile da raggiungere, grazie al programma creato da autentici specialisti in questo settore. In questo senso, gli studenti otterranno nel corso di 6 mesi le formule e le tecniche di redazione che ogni *copywriter* deve conoscere, le metodologie di lavoro, gli strumenti di analisi e i principali *suggerimenti* per poter creare messaggi eccellenti che incoraggino la vendita di prodotti e/o servizi.





“

*In soli 6 mesi sarai in grado di creare buone storie e diventare un esperto nel meraviglioso mondo dello storytelling. Iscriviti subito”*



## Obiettivi generali

---

- ◆ Offrire un apprendimento ampio e approfondito della professione di *copywriter* nelle sue diverse sfaccettature
- ◆ Conoscere i diversi ambiti in cui il *Copywriting*: può essere applicato: siti web, pubblicità, lanci o per il content marketing
- ◆ Offrire un sistema di approfondimento per la creazione del branding di un marchio con il Manuale di Identità Verbale
- ◆ Offrire uno studio completo su psicologia, neuromarketing e *neurocopywriting*
- ◆ Acquisire una conoscenza approfondita del rapporto tra linguaggio e persuasione, emozione e profitto
- ◆ Formare esperti di *Copywriting* in grado di pianificare contenuti e scrivere per tutti i principali social network di oggi
- ◆ Preparare esperti nella gestione del servizio clienti, nella comunicazione interna e nelle strategie di acquisizione dei clienti B2B e B2C
- ◆ Fornire gli strumenti per sapere come gestire un imbuto di vendita dall'inizio alla fine
- ◆ Offrire gli strumenti per sapere come sviluppare un lancio digitale
- ◆ Insegnare la scrittura persuasiva per articoli di blog, sceneggiature video, sceneggiature per podcast
- ◆ Formare *copywriters* in grado di scrivere annunci per i principali social network
- ◆ Essere in grado di lavorare come *copywriter* freelance fin dal primo minuto, o essere in grado di lavorare per terzi





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Tecniche di *Copywriting*

- ♦ Identificare i principi della persuasione
- ♦ Imparare più di 12 diverse formule di *Copywriting*
- ♦ Scrivere titoli efficaci
- ♦ Comprendere a cosa serve e come creare uno *storytelling*
- ♦ Imparare a curare i contenuti in modo professionale

### Modulo 2. Manuale di Identità Verbale e storia del brand

- ♦ Sapere cos'è e a cosa serve un Manuale di Identità Verbale
- ♦ Scoprire i 12 archetipi di Jung
- ♦ Sapere che cosa deve includere un Manuale di Identità Verbale
- ♦ Decifrare la personalità di un brand
- ♦ Sapere che cos'è e a che cosa serve il Manifesto di un brand
- ♦ Sapere cos'è e creare una mappa dell'empatia
- ♦ Gestire l'universo verbale di un brand
- ♦ Imparare le regole chiave per scrivere la storia di un brand

### Modulo 3. *Copywriting* per il content marketing e i social media

- ♦ Sapere cos'è il content marketing e come applicare il *Copywriting* nella sua strategia
- ♦ Imparare le particolarità dei principali social network (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Twitter) e come scrivere messaggi su di essi nel modo più efficace
- ♦ Descrivere le particolarità delle sceneggiature video e dei podcast, e come scriverle in modo efficace
- ♦ Imparare a scrivere articoli per blog
- ♦ Gestire e scrivere tutti i messaggi coinvolti nell'esperienza online del cliente
- ♦ Sapere cosa sono e come si usano le keywords
- ♦ Creare un calendario di contenuti
- ♦ Approfondire la misurazione dei risultati



*Grazie a questa qualifica imparerai a gestire l'universo verbale di un marchio e portarlo al successo digitale"*

# 03

## Struttura e contenuti

In questo programma universitario prevale l'apprendimento intensivo e di grande utilità pratica affinché il professionista della comunicazione sia in grado di lanciarsi nel mondo del *Copywriting* con garanzie. Per questo TECH mette a disposizione dello studente un programma avanzato e numerose risorse pedagogiche che favoriranno l'apprendimento per la scrittura di messaggi persuasivi, che generino azioni di vendita e si adattino alle diverse reti sociali. Il tutto, inoltre, in un formato flessibile, che consente l'autogestione del tempo di studio e l'accesso 24 ore su 24, 7 giorni su 7, a un Esperto Universitario unico nel panorama accademico.





“

*Le pillole multimediali e i video in focus ti porteranno a un apprendimento dinamico sulle tecniche di persuasione del Copywriting”*

## Modulo 1. Tecniche di *Copywriting*

- 1.1. I principi di persuasione
  - 1.1.1. I 6 principi della persuasione di Cialdini
  - 1.1.2. Reciprocità
  - 1.1.3. Scarsità
  - 1.1.4. Autorità
  - 1.1.5. Consistenza
  - 1.1.6. Simpatia
  - 1.1.7. Consenso
- 1.2. Le formule più diffuse per scrivere con il *Copywriting*
  - 1.2.1. Formula AIDA
  - 1.2.2. La formula delle 4 P
  - 1.2.3. PAS
  - 1.2.4. La formula delle 4 U
  - 1.2.5. La formula FAB
- 1.3. Formule meno frequenti nel *copy*
  - 1.3.1. La formula di Sugarman
  - 1.3.2. La formula ADP
  - 1.3.3. La formula PASTOR
  - 1.3.4. Aforest
  - 1.3.5. La formula BUCLE
  - 1.3.6. La formula STONE
- 1.4. Altre formule che non sembrano tali
  - 1.4.1. La formula dei 3 perché
  - 1.4.2. Formula del *Copywriting* 1- 2- 3- 4
  - 1.4.3. Formula. E allora?
  - 1.4.4. Formula dei 9 punti
  - 1.4.5. Formula AICPBSAWN
- 1.5. I titoli dei giornali
  - 1.5.1. L'importanza di un buon titolo
  - 1.5.2. Tipi di titoli
  - 1.5.3. Ricerche per identificare buoni titoli
  - 1.5.4. Il ruolo dei sottotitoli
- 1.6. Creando titoli
  - 1.6.1. Strumenti per la creazione di titoli
  - 1.6.2. Formule per la creazione di titoli
  - 1.6.3. Tecniche e trucchi
  - 1.6.4. Esempi di titoli
- 1.7. Il meraviglioso mondo dello *storytelling*
  - 1.7.1. I fattori più importanti
  - 1.7.2. Il tipo di storie esistenti
  - 1.7.3. A cosa servono le storie
  - 1.7.4. Dove si può applicare lo *storytelling*
- 1.8. Come creare buone storie
  - 1.8.1. Formule di *storytelling*
  - 1.8.2. Viaggio dell'eroe
  - 1.8.3. Elementi per creare buone storie
  - 1.8.4. Esempi di storie con obiettivi diversi
- 1.9. Non andartene senza una *call to action (CTA)*
  - 1.9.1. La chiamata all'azione è un clic
  - 1.9.2. Come creare una CTA o chiamata all'azione
  - 1.9.3. Tipi di chiamata all'azione
  - 1.9.4. Analisi di esempi di CTA
- 1.10. Content curation
  - 1.10.1. Che cos'è la content curation?
  - 1.10.2. Cosa fa un *content curator*
  - 1.10.3. Le 10 fasi
  - 1.10.4. Le 4 S
  - 1.10.5. Varie tecniche per la content curation
  - 1.10.6. Strumenti per la content curation

**Modulo 2. Manuale di Identità Verbale e storia del brand**

- 2.1. Che cos'è l'identità verbale di un brand
  - 2.1.1. Perché avere un manuale di identità verbale
  - 2.1.2. Riconoscere la personalità del brand
  - 2.1.3. Il nome o i nomi
  - 2.1.4. La *tagline* o lo slogan
- 2.2. Archetipi del brand
  - 2.2.1. Cosa sono e come identificarli
  - 2.2.2. L'innocente
  - 2.2.3. L'uomo comune
  - 2.2.4. L'esploratore
  - 2.2.5. Il saggio
  - 2.2.6. L'eroe
  - 2.2.7. Il fuorilegge
  - 2.2.8. Il mago
  - 2.2.9. L'amante
  - 2.2.10. Il giullare
  - 2.2.11. Il custode
  - 2.2.12. Il creatore
  - 2.2.13. Il sovrano
  - 2.2.14. Il cattivo
- 2.3. Missione, visione e valori
  - 2.3.1. Scopri la missione
  - 2.3.2. Pensa alla visione
  - 2.3.3. Definisci i valori
  - 2.3.4. Abbi chiaro lo scopo del brand
- 2.4. Valorizzare il brand
  - 2.4.1. Quale voce ha
  - 2.4.2. I toni
  - 2.4.3. La matrice dei messaggi
  - 2.4.4. Opzione di acquisto
- 2.5. Il manifesto del brand
  - 2.5.1. Cos'è un manifesto e a cosa serve
  - 2.5.2. Fonti di informazione
  - 2.5.3. Il processo della *Due diligence*
  - 2.5.4. La relazione
- 2.6. Mappa dell'empatia
  - 2.6.1. Che cos'è una mappa dell'empatia
  - 2.6.2. A cosa serve
  - 2.6.3. Come crearla
  - 2.6.4. Vari esempi per osservarla nella pratica
- 2.7. L'universo verbale
  - 2.7.1. Parole chiave
  - 2.7.2. Cosa dice e cosa non dice il brand
  - 2.7.3. Cosa non dice
  - 2.7.4. Ideologia dei temi
  - 2.7.5. Strumenti SEO
- 2.8. La storia del brand o storybrand
  - 2.8.1. Che cos'è la storia di un marchio e a che cosa serve
  - 2.8.2. Come creare la storia di un marchio
  - 2.8.3. Il sistema di Donald Miller
  - 2.8.4. Esempi di creazione di storie di marchi di successo
- 2.9. Gli *Hashtag* di un brand
  - 2.9.1. Cosa sono e come usarli
  - 2.9.2. Consigli
  - 2.9.3. Come creare un hashtag per un marchio
  - 2.9.4. Come funziona sui diversi social network
- 2.10. Aspetti da considerare nei manuali di identità verbale di un'azienda
  - 2.10.1. Linguaggio inclusivo
  - 2.10.2. Linguaggio e idee che denotano un impegno nei confronti dell'ambiente
  - 2.10.3. Linguaggio e idee che denotano sensibilità per le cause sociali
  - 2.10.4. Altri aspetti del linguaggio da rispettare

### Modulo 3. *Copywriting* per il content marketing e i social media

- 3.1. Comprendere il nuovo modo di vendere
  - 3.1.1. Cos'è il marketing di contenuti
  - 3.1.2. Tipi di contenuti che possiamo creare
  - 3.1.3. Articoli
  - 3.1.4. Interviste
  - 3.1.5. Liste
  - 3.1.6. Notizie
  - 3.1.7. Video
  - 3.1.8. Storie (*storytelling*)
  - 3.1.9. Casi di successo
  - 3.1.10. Articoli per gli ospiti
  - 3.1.11. Infografiche, statistiche o grafici
- 3.2. Strumenti per generare idee di contenuti
  - 3.2.1. Strumenti specifici online
  - 3.2.2. Chat GPT
  - 3.2.3. Temi di riciclo
  - 3.2.4. Cura dei contenuti
  - 3.2.5. Dalle FAQ (domande frequenti)
- 3.3. I social network: grandi alleati del *Copywriting*
  - 3.3.1. *Copywriting* per i social network
  - 3.3.2. Identificare la concorrenza
  - 3.3.3. Conoscere i sostenitori
  - 3.3.4. Cercare opinioni
- 3.4. Particolarità di ogni social network
  - 3.4.1. *Copy* per Facebook
  - 3.4.2. *Copy* per Instagram
  - 3.4.3. *Copy* per Pinterest
  - 3.4.4. *Copy* per TikTok
- 3.5. *Copywriting* per LinkedIn
  - 3.5.1. Il *copy* nel banner
  - 3.5.2. Il *copy* nel profilo
  - 3.5.3. Il *copy* nel "A proposito di"
  - 3.5.4. Tipi di contenuti a pubblicare
  - 3.5.5. Altri aspetti del network professionale
- 3.6. *Copywriting* per sceneggiature audio e video
  - 3.6.1. Audio o video
  - 3.6.2. *Videopodcast*: il migliore dei due mondi
  - 3.6.3. Come fare video su Youtube
  - 3.6.4. L'importanza del copione per podcast
  - 3.6.5. Come creare un copione per podcast passo dopo passo
  - 3.6.6. Misurazione e conversione con la strategia podcast
- 3.7. *Copywriting* per blog
  - 3.7.1. Conoscendo il pubblico, cosa vorreste leggere?
  - 3.7.2. Quali parole scegliere
  - 3.7.3. Come strutturare l'articolo
  - 3.7.4. Che immagini scegliere
  - 3.7.5. Come migliorare il SEO
- 3.8. Le *keywords* per una strategia di SEO
  - 3.8.1. Fonti di *keywords*
  - 3.8.2. Strumenti per fare una *keyword research*
  - 3.8.3. Organizza la tua *keyword research*
  - 3.8.4. *Search Intent*
  - 3.8.5. *Buyer journey*
  - 3.8.6. Analizza la SERP



- 3.9. Il piano dei contenuti
  - 3.9.1. Analisi della situazione
  - 3.9.2. Definizione di obiettivi e KPI
  - 3.9.3. Pubblico di riferimento
  - 3.9.4. Definizione di strategia di contenuti
  - 3.9.5. Definizione di canali
  - 3.9.6. Calendario editoriale
  - 3.9.7. Misurazione dei risultati
- 3.10. *Copy* per *merchandising*, *packaging* e altri formati fisici
  - 3.10.1. I benefici del *copy* nei formati fisici.
  - 3.10.2. Imballaggio ed etichette
  - 3.10.3. Pubblicità e segnaletica
  - 3.10.4. Documentazione e fatture
  - 3.10.5. Negozio, ufficio o sede fisica



*Crea le tue migliori copie per i social network come TikTok, Instagram o Linkeding grazie a questo programma universitario"*

04

# Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.



“

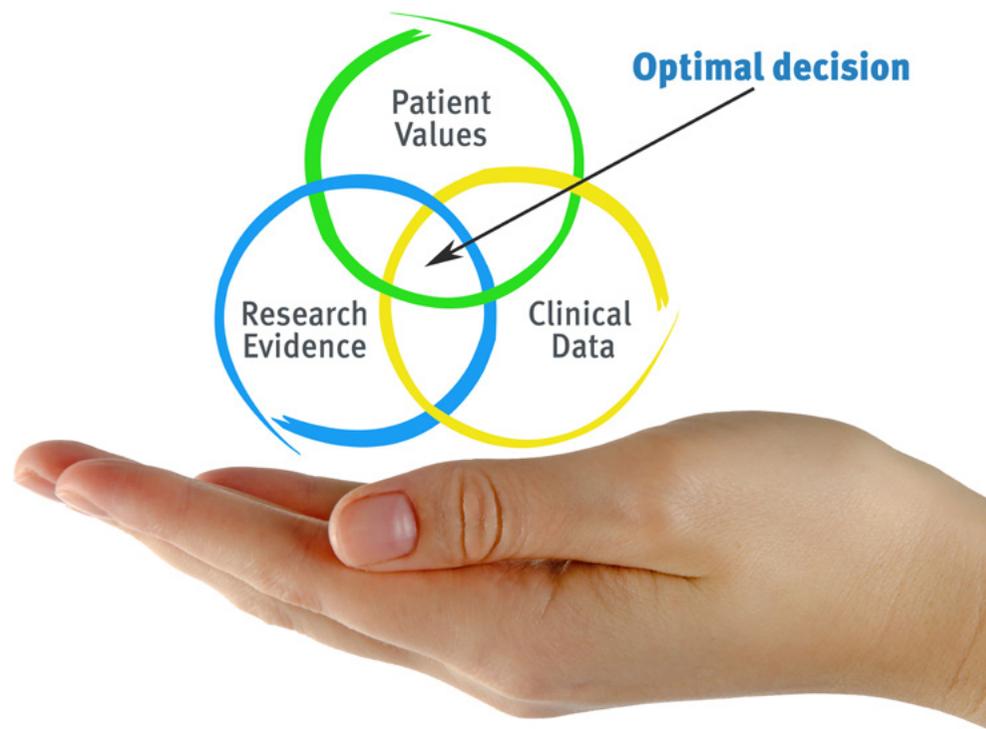
Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

### Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"*



*Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.*



*Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali concreti attraverso attività collaborative e casi reali.*

## Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“*Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera*”

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

## Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

*Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.*

In TECH si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

*Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.*

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



#### Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



#### Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



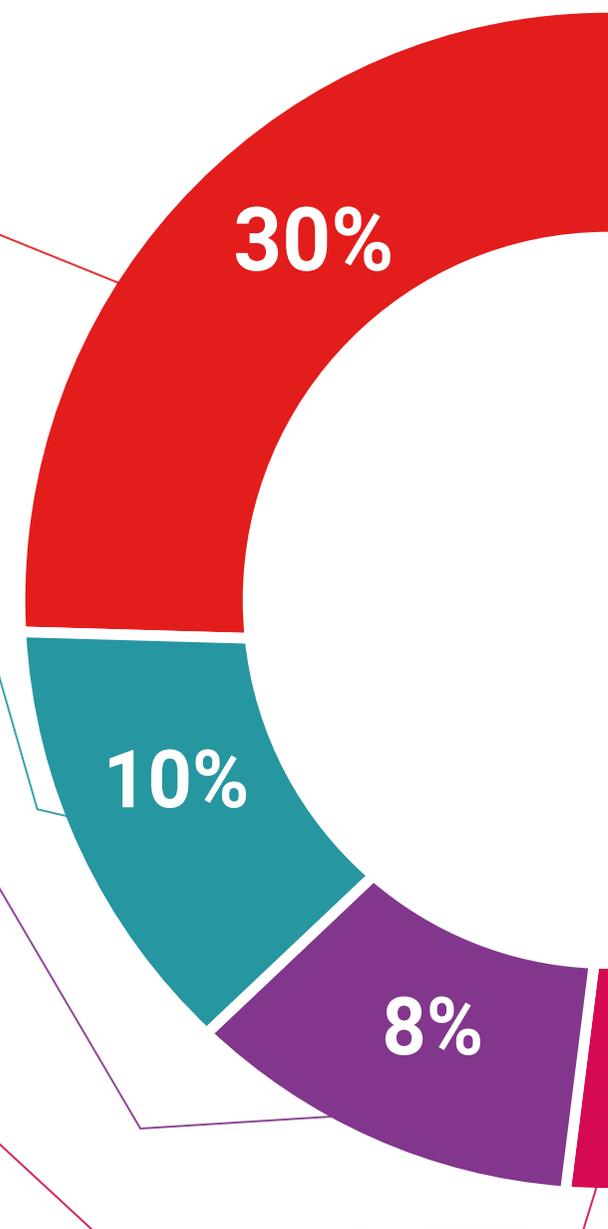
#### Pratiche di competenze e competenze

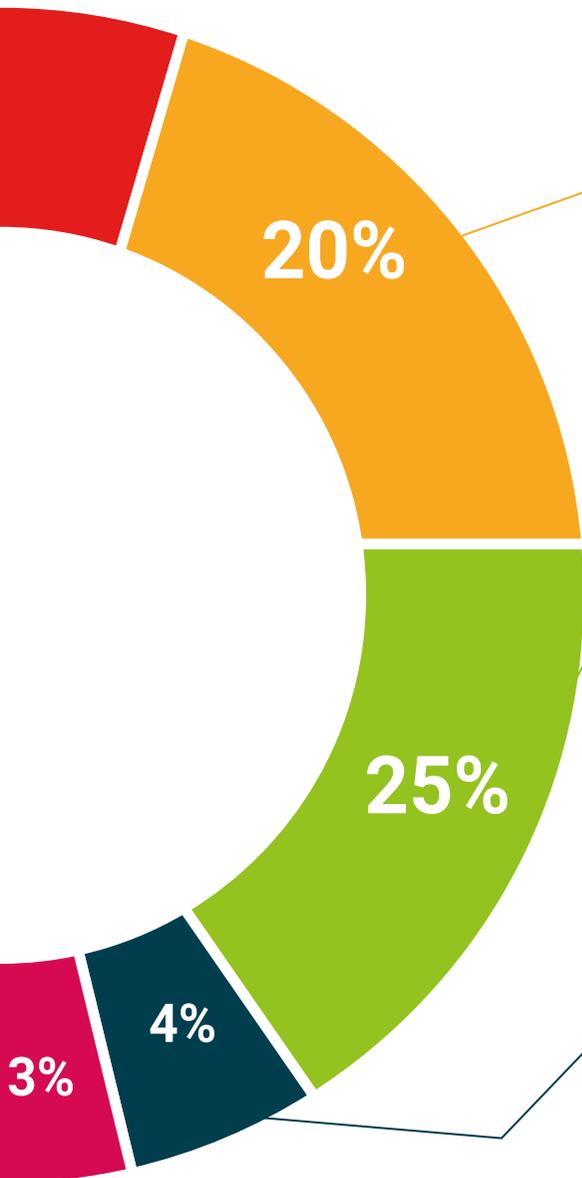
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





#### Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



#### Riepilghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



#### Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



05

# Titolo

L'Esperto Universitario in Copywriting garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica



“

*Porta a termine questo programma e ricevi il tuo titolo universitario senza spostamenti o fastidiose formalità”*

Questo **Esperto Universitario in Copywriting** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** indica la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario e soddisfa i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Copywriting**

Modalità: **online**

Durata: **6 mesi**



futuro  
salute fiducia persone  
educazione informazione tutor  
garanzia accreditamento insegnamento  
istituzioni tecnologia apprendimento  
comunità impegno  
attenzione personalizzata innovazione  
conoscenza presente qualità  
formazione online  
sviluppo istituzioni  
classe virtuale lingu

**tech** università  
tecnologica

## Esperto Universitario Copywriting

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario

Copywriting

