

Universitätsexperte

Copywriting





tech technologische
universität

Universitätsexperte

Copywriting

- » Modalität: online
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-copywriting

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodik

Seite 18

05

Qualifizierung

Seite 26

01

Präsentation

Es geht nicht darum, das Produkt, die Dienstleistung oder das Unternehmen zu verkaufen. *Copywriting* verwandelt Markenwerte und Vorteile in Emotionen, um zu überzeugen. Und das alles mit einem Hauptziel: dem Kunden. Das ist die spannende tägliche Arbeit eines *Copywriters*, der überzeugende Inhalte erstellt. Eine unverzichtbare Figur in der digitalen Welt, die sich ständig weiterentwickelt und erweitert. Genau aus diesem Grund hat TECH dieses Programm konzipiert, das von führenden Spezialisten für *Copywriting* entwickelt wurde. Ihre Erfahrung spiegelt sich in einem fortgeschrittenen Lehrplan mit 450 Unterrichtsstunden wider, der die wichtigsten Techniken des *Copywritings*, den Umgang mit sozialen Netzwerken, die Erstellung einer Markengeschichte und zahlreiche erfolgreiche Fälle des *Storytellings* behandelt. Und das alles in einem 100%igen Online-Format, auf das zu jeder Tageszeit von einem elektronischen Gerät mit Internetanschluss aus zugegriffen werden kann.



“

*Steigen Sie dank dieses 100%igen
Online-Universitätsexperten mit
Erfolgsgarantie ins Copywriting ein"*

Die Beherrschung des Schreibens ist einer der wichtigsten Trümpfe eines jeden *Copywriters*. Unter der Prämisse der Überzeugung muss er in der Lage sein, die effektivsten Techniken einzusetzen, um das Interesse des Publikums an einer Idee zu wecken, die über das Produkt oder die Dienstleistung selbst hinausgeht. Ein Verkaufsauftritt passt sich auch an verschiedene Formate und Kanäle wie soziale Netzwerke, eine E-Mail, eine Website oder einen Katalog an.

Eine Aufgabe, die von vornherein einfach sein könnte, die aber ein tiefes Wissen über Sprache, die effektivsten Formeln zum Schreiben oder *Neurocopywriting* erfordert. Hierauf konzentriert sich dieser Universitätsexperte in Copywriting, der Studenten in die Figur des *Copywriters* einführt sowie in die Ressourcen für die Erstellung kreativer, hochwertiger und erfolgreicher Botschaften.

Das alles in einem Programm mit einem theoretisch-praktischen Ansatz, der den Studenten dazu befähigt, Informationen zu sammeln, sich auf den Kunden zu konzentrieren und die wichtigsten Formeln für das Verfassen von Botschaften zu beherrschen, die den zukünftigen Käufer direkt betreffen. Darüber hinaus stehen ihm Videozusammenfassungen zu jedem Thema, ausführliche Videos, Fachlektüre und Fallstudien zur Verfügung, auf die er jederzeit von einem elektronischen Gerät mit Internetanschluss aus zugreifen kann.

Eine fortgeschrittene Fortbildung, in die er nicht viele Stunden des Lernens und Auswendiglernens investieren muss, denn dank des von TECH verwendeten *Relearning*-Systems lassen sich die wichtigsten und neuen Konzepte dieser Fortbildung leicht konsolidieren.

Auf diese Weise bietet sich der Fachkraft eine hervorragende Gelegenheit, in einem aufstrebenden Sektor durch einen hochwertigen Hochschulabschluss zu wachsen, der von echten Experten mit umfassender Erfahrung in der Welt des *Copywritings* vermittelt wird.

Dieser **Universitätsexperte in Copywriting** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Kommunikation, Marketing und Copywriting vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- Theoretische Lektionen, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Mit den führenden Persönlichkeiten im Bereich Copywriting, die diesen Universitätsabschluss unterrichten, werden Sie die neuen Wege des Verkaufens verstehen"

“

Wissen Sie, was Transkreation ist und wie man sie in einer internationalen Marketingstrategie einsetzt? Finden Sie es in diesem Universitätsexperten heraus“

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Fachleuten von führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Schreiben für Blogs, für Podcasts und Video-Skripte... TECH bietet Ihnen alles, was Sie brauchen, um das beste Content Marketing zu erstellen.

Lernen Sie in diesem Universitätsexperten die wichtigsten Formeln, die von den besten Copywritern verwendet werden, und übertragen Sie sie auf Ihre tägliche Arbeit.



02 Ziele

Dieses Programm wurde entwickelt, um die berufliche Laufbahn von Kommunikatoren zu fördern, die sich als *Copywriter* weiterentwickeln möchten. Ein Ziel, das dank des Lehrplans, der von echten Spezialisten in diesem Bereich erstellt wurde, viel leichter zu erreichen sein wird. In diesem Sinne lernen die Studenten die Formeln und Schreibtechniken, die jeder *Copywriter* kennen sollte, die Arbeitsmethoden, die Analysetools und die wichtigsten Tipps, um exzellente Botschaften zu erstellen, die den Verkauf von Produkten und/oder Dienstleistungen fördern.





“

In nur 6 Monaten werden Sie in der Lage sein, gute Geschichten zu schreiben und ein Experte in der wunderbaren Welt des Storytellings zu werden. Schreiben Sie sich jetzt ein"



Allgemeine Ziele

- ◆ Bereitstellen eines breiten und tiefen Einblicks in den Beruf des *Copywriters* in seinen verschiedenen Facetten
- ◆ Aufzeigen der verschiedenen Bereiche, in denen *Copywriting* eingesetzt werden kann: Webseiten, Anzeigen, Markteinführungen oder *Content Marketing*
- ◆ Vermitteln eines vertieften Studiensystems für die Entwicklung des Brandings einer Marke mit dem Verbal Identity Manual
- ◆ Anbieten einer vollständigen Studie über Psychologie, Neuromarketing und *Neurocopywriting*
- ◆ Vertieftes Kennen der Beziehung zwischen Sprache und Überzeugung, Emotion und Nutzen
- ◆ Ausbilden von Experten im Bereich *Copywriting*, die in der Lage sind, einen Inhaltsplan zu erstellen und für jedes der großen sozialen Netzwerke von heute zu schreiben
- ◆ Ausbilden von Experten für Kundenservice-Management, interne Kommunikation und B2B- und B2C-Kundenakquisitionsstrategien
- ◆ Bereitstellen der Tools, um zu wissen, wie man einen Verkaufstrichter von Anfang bis Ende durchführt
- ◆ Anbieten der Werkzeuge, um zu wissen, wie man eine digitale Markteinführung entwickelt
- ◆ Anleiten zum überzeugenden Schreiben von Blogartikeln, Videorehbüchern und Podcast-Skripten
- ◆ Ausbilden von *Copywritern*, die in der Lage sind, Anzeigen für die wichtigsten sozialen Netzwerke zu schreiben
- ◆ Anleiten zur Arbeit als freiberuflicher *Copywriter* von der ersten Minute an oder zur Arbeit für andere





Spezifische Ziele

Modul 1. Techniken des Copywriting

- ♦ Identifizieren der Prinzipien der Überzeugung
- ♦ Lernen von mehr als 12 verschiedenen Copywriting-Formeln
- ♦ Schreiben von effektiven Schlagzeilen
- ♦ Wissen, worum es beim Storytelling geht und wie man es betreibt
- ♦ Lernen, wie man Inhalte professionell kuratiert

Modul 2. Verbal Identity Manual und Markengeschichte

- ♦ Wissen, was ein Verbal Identity Manual ist und wofür es verwendet wird
- ♦ Entdecken der 12 Archetypen von Jung
- ♦ Herausfinden, was ein Verbal Identity Manual enthalten sollte
- ♦ Entschlüsseln der Persönlichkeit einer Marke
- ♦ Wissen, was ein Markenmanifest ist und wofür es gut ist
- ♦ Wissen, was eine Empathiekarte ist und sie erstellen
- ♦ Verwalten des verbalen Universums einer Marke
- ♦ Lernen, wie man eine Markengeschichte schreibt

Modul 3. Copywriting für Content Marketing und soziale Medien

- ♦ Wissen, was Content Marketing ist und wie man Copywriting auf die Strategie anwendet
- ♦ Lernen, was die Besonderheiten der wichtigsten sozialen Netzwerke sind (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Twitter) und wie man dort am effektivsten Botschaften verfasst
- ♦ Beschreiben der Besonderheiten von Video-Skripten und Podcasts und wie man sie effektiv verfasst
- ♦ Lernen, wie man Blogartikel schreibt
- ♦ Verwalten und Verfassen aller Nachrichten, die zum Online-Erlebnis des Kunden gehören
- ♦ Lernen, was Keywords sind und wie sie verwendet werden
- ♦ Erstellen eines Inhaltskalenders
- ♦ Vertiefen der Messung der Ergebnisse



Dank dieser Fortbildung lernen Sie, wie Sie das verbale Universum einer Marke managen und sie zum digitalen Erfolg führen können"

03

Struktur und Inhalt

In diesem Hochschulprogramm überwiegen intensive Lerninhalte, die von großem praktischen Nutzen sind, so dass der Kommunikationsprofi garantiert in die Welt des *Copywritings* einsteigen kann. Aus diesem Grund stellt TECH den Studenten einen fortgeschrittenen Lehrplan und zahlreiche Lehrmittel zur Verfügung, mit denen sie lernen können, wie man überzeugende Botschaften schreibt, die Verkaufsaktionen auslösen und sich an die verschiedenen sozialen Netzwerke anpassen. Und das alles in einem flexiblen Format, das die Selbstverwaltung der Studienzeit und den 24/7-Zugang zu einem Universitätsexperten ermöglicht, der im akademischen Panorama einzigartig ist.





“

Multimediale Lernmittel und fokussierte Videos werden Sie zu einem dynamischen Lernen über die überzeugenden Techniken des Copywritings führen"

Modul 1. Techniken des Copywriting

- 1.1. Die Prinzipien der Überzeugung
 - 1.1.1. Cialdinis 6 Prinzipien der Überzeugung
 - 1.1.2. Reziprozität
 - 1.1.3. Knappheit
 - 1.1.4. Autorität
 - 1.1.5. Konsistenz
 - 1.1.6. Sympathie
 - 1.1.7. Konsens
- 1.2. Die beliebtesten Formeln für das Schreiben im Copywriting
 - 1.2.1. AIDA-Formel
 - 1.2.2. Die Formel der 4 P's
 - 1.2.3. Das PAS
 - 1.2.4. Die Formel der 4 U's
 - 1.2.5. Die FAB-Formel
- 1.3. Weniger häufige Formeln im Copywriting
 - 1.3.1. Die Sugarman-Formel
 - 1.3.2. Die BAB-Formel
 - 1.3.3. Die PASTOR-Formel
 - 1.3.4. Aforest
 - 1.3.5. Die BUCLE-Formel
 - 1.3.6. Die Stone-Formel
- 1.4. Andere Formeln, die nicht danach aussehen
 - 1.4.1. Die Formel der 3 Warum
 - 1.4.2. Die Copywriting-Formel 1 – 2 – 3 – 4
 - 1.4.3. Die Also-Was-Formel
 - 1.4.4. Formel der 9-Punkte
 - 1.4.5. Formel AICPBSAWN
- 1.5. Die Schlagzeilen
 - 1.5.1. Die Bedeutung einer guten Schlagzeile
 - 1.5.2. Arten von Schlagzeilen
 - 1.5.3. Recherche zur Identifizierung guter Schlagzeilen
 - 1.5.4. Die Rolle von Zwischenüberschriften
- 1.6. Schlagzeilen erstellen
 - 1.6.1. Tools zum Erstellen von Schlagzeilen
 - 1.6.2. Formeln für die Erstellung von Schlagzeilen
 - 1.6.3. Techniken und Tricks
 - 1.6.4. Beispiele für Schlagzeilen
- 1.7. Die wunderbare Welt des Storytellings
 - 1.7.1. Die wichtigsten Faktoren
 - 1.7.2. Die Art der Geschichten, die es gibt
 - 1.7.3. Wofür die Geschichten sind
 - 1.7.4. Wo Storytelling angewendet werden kann
- 1.8. Wie man gute Geschichten schreibt
 - 1.8.1. Formeln für das Storytelling
 - 1.8.2. Die Reise des Helden
 - 1.8.3. Elemente für die Erstellung guter Geschichten
 - 1.8.4. Beispiele für Geschichten mit unterschiedlichen Zielen
- 1.9. Gehen Sie nicht ohne einen Call to Action (CTA)
 - 1.9.1. Die Aufforderung zum Handeln ist ein Klick
 - 1.9.2. Wie Sie einen CTA oder Aufruf zum Handeln erstellen
 - 1.9.3. Arten von Aufrufen zum Handeln
 - 1.9.4. Analyse von Beispielen für CTAs
- 1.10. Kuratierung von Inhalten
 - 1.10.1. Was ist Kuratierung von Inhalten?
 - 1.10.2. Was macht ein Content Curator?
 - 1.10.3. Die 10 Schritte
 - 1.10.4. Die 4 S
 - 1.10.5. Verschiedene Techniken zur Kuratierung
 - 1.10.6. Werkzeuge für die Kuratierung

Modul 2. Verbal Identity Manual und Markengeschichte

- 2.1. Was ist die verbale Identität einer Marke?
 - 2.1.1. Warum ein *Verbal Identity Manual*
 - 2.1.2. Erkennen der Markenpersönlichkeit
 - 2.1.3. Der Name oder die Namen
 - 2.1.4. Die *Tagline* oder der Slogan
- 2.2. Markenarchetypen
 - 2.2.1. Was sie sind und wie man sie erkennt
 - 2.2.2. Der Unschuldige
 - 2.2.3. Der gewöhnliche Mensch
 - 2.2.4. Der Entdecker
 - 2.2.5. Der weise Mann
 - 2.2.6. Der Held
 - 2.2.7. Der Geächtete
 - 2.2.8. Der Magier
 - 2.2.9. Der Liebhaber
 - 2.2.10. Der Narr
 - 2.2.11. Die Betreuungsperson
 - 2.2.12. Der Künstler
 - 2.2.13. Der Herrscher
 - 2.2.14. Der Schurke
- 2.3. Auftrag, Vision und Werte
 - 2.3.1. Entdecken der Mission
 - 2.3.2. Nachdenken über die Vision
 - 2.3.3. Definieren der Werte
 - 2.3.4. Einen klaren Markenzweck haben
- 2.4. Befähigung der Marke
 - 2.4.1. Welche Stimme sie hat
 - 2.4.2. Die Töne
 - 2.4.3. Die Nachrichtenmatrix
 - 2.4.4. Option zum Kauf
- 2.5. Das Markenmanifest
 - 2.5.1. Was ist ein Manifest und wozu dient es?
 - 2.5.2. Informationsquellen
 - 2.5.3. Der Prozess der *Due Diligence*
 - 2.5.4. Der Bericht
- 2.6. Die Empathiekarte
 - 2.6.1. Was ist eine Empathiekarte?
 - 2.6.2. Wofür ist sie gedacht?
 - 2.6.3. Wie man sie erstellt
 - 2.6.4. Verschiedene Beispiele für die Praxis
- 2.7. Das verbale Universum
 - 2.7.1. Schlüsselwörter
 - 2.7.2. Was die Marke sagt und was sie nicht sagt
 - 2.7.3. Was sie nicht sagt
 - 2.7.4. Die Ideologie der Themen
 - 2.7.5. SEO-Tools
- 2.8. Die Markengeschichte oder *Storybrand*
 - 2.8.1. Was ist eine Markengeschichte und wozu dient sie?
 - 2.8.2. Wie man eine Markengeschichte erstellt
 - 2.8.3. Das System von Donald Miller
 - 2.8.4. Beispiele für die Erstellung erfolgreicher Markengeschichten
- 2.9. Marken-*Hashtags*
 - 2.9.1. Was sie sind und wie man sie verwendet
 - 2.9.2. Tipps
 - 2.9.3. Wie man einen *Hashtag* für eine Marke erstellt
 - 2.9.4. Wie es in verschiedenen sozialen Netzwerken funktioniert
- 2.10. Aspekte, die in den *Verbal Identity Manuals* eines Unternehmens zu berücksichtigen sind
 - 2.10.1. Inklusive Sprache
 - 2.10.2. Sprache und Ideen, die das Engagement für die Umwelt verdeutlichen
 - 2.10.3. Sprache und Ideen, die eine Sensibilität für soziale Belange erkennen lassen
 - 2.10.4. Andere Aspekte der Sprache, die zu respektieren sind

Modul 3. Copywriting für Content Marketing und soziale Medien

- 3.1. Die neue Art des Verkaufens verstehen
 - 3.1.1. Was ist *Content Marketing*?
 - 3.1.2. Arten von Inhalten, die wir erstellen können
 - 3.1.3. Artikel
 - 3.1.4. Befragungen
 - 3.1.5. Listen
 - 3.1.6. Nachrichten
 - 3.1.7. Videos
 - 3.1.8. Geschichten (*Storytelling*)
 - 3.1.9. Erfolgsgeschichten
 - 3.1.10. Gastartikel
 - 3.1.11. Infografiken, Statistiken oder Grafiken
- 3.2. Tools zur Generierung von Ideen für Inhalte
 - 3.2.1. Spezielle Online-Tools
 - 3.2.2. Chat GPT
 - 3.2.3. Recycling von Themen
 - 3.2.4. Kuratierung von Inhalten
 - 3.2.5. FAQ (häufig gestellte Fragen)
- 3.3. Soziale Netzwerke: große Verbündete des *Copywritings*
 - 3.3.1. *Copywriting* für soziale Netzwerke
 - 3.3.2. Identifizierung der Konkurrenz
 - 3.3.3. Ihre *Follower* kennen
 - 3.3.4. Feedback einholen
- 3.4. Besonderheiten der einzelnen sozialen Netzwerke
 - 3.4.1. *Copy* für Facebook
 - 3.4.2. *Copy* für Instagram
 - 3.4.3. *Copy* für Pinterest
 - 3.4.4. *Copy* für TikTok
- 3.5. *Copywriting* für LinkedIn
 - 3.5.1. *Copy* im Banner
 - 3.5.2. *Copy* im Profil
 - 3.5.3. *Copy* im Abschnitt „Über“
 - 3.5.4. Die Arten der zu veröffentlichenden Inhalte
 - 3.5.5. Andere Aspekte des beruflichen Netzwerks
- 3.6. *Copywriting* für Audio- und Videoskripte
 - 3.6.1. Audio oder Video
 - 3.6.2. *Videopodcast*: das Beste aus beiden Welten
 - 3.6.3. Wie man Videos für Youtube macht
 - 3.6.4. Die Bedeutung eines Podcast-Skripts
 - 3.6.5. Wie man Schritt für Schritt ein Podcast-Skript erstellt
 - 3.6.6. Messen und Konvertieren mit einer Podcast-Strategie
- 3.7. *Copywriting* für Blogs
 - 3.7.1. Kennen Sie Ihr Publikum - was würden Sie lesen wollen?
 - 3.7.2. Welche Wörter man wählen sollte
 - 3.7.3. Wie man den Artikel strukturiert
 - 3.7.4. Welche Bilder auszuwählen sind
 - 3.7.5. Wie man SEO verbessern kann
- 3.8. *Keywords* für eine SEO-Strategie
 - 3.8.1. *Keyword*-Quellen
 - 3.8.2. Tools für die *Keyword Research*
 - 3.8.3. Organisieren einer *Keyword Research*
 - 3.8.4. *Search Intent*
 - 3.8.5. *Buyer Journey*
 - 3.8.6. Die SERP analysieren



- 3.9. Der Content-Plan
 - 3.9.1. Analyse der Situation
 - 3.9.2. Definition von Zielen und KPIs
 - 3.9.3. Zielpublikum
 - 3.9.4. Definition der *Content*-Strategie
 - 3.9.5. Definition von Kanälen
 - 3.9.6. Redaktionskalender
 - 3.9.7. Messung der Ergebnisse
- 3.10. *Copy* für *Merchandising*, *Packaging* und andere physische Formate
 - 3.10.1. Die Vorteile von *Copy* in physischen Formaten
 - 3.10.2. Verpackungen und Etiketten
 - 3.10.3. Werbung und Beschilderung
 - 3.10.4. Dokumentation und Rechnungen
 - 3.10.5. Geschäft, Büro oder physischer Standort



*Erstellen Sie dank dieses
Universitätsprogramms Ihre besten
Texte für soziale Netzwerke wie
TikTok, Instagram oder LinkedIn"*

04

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



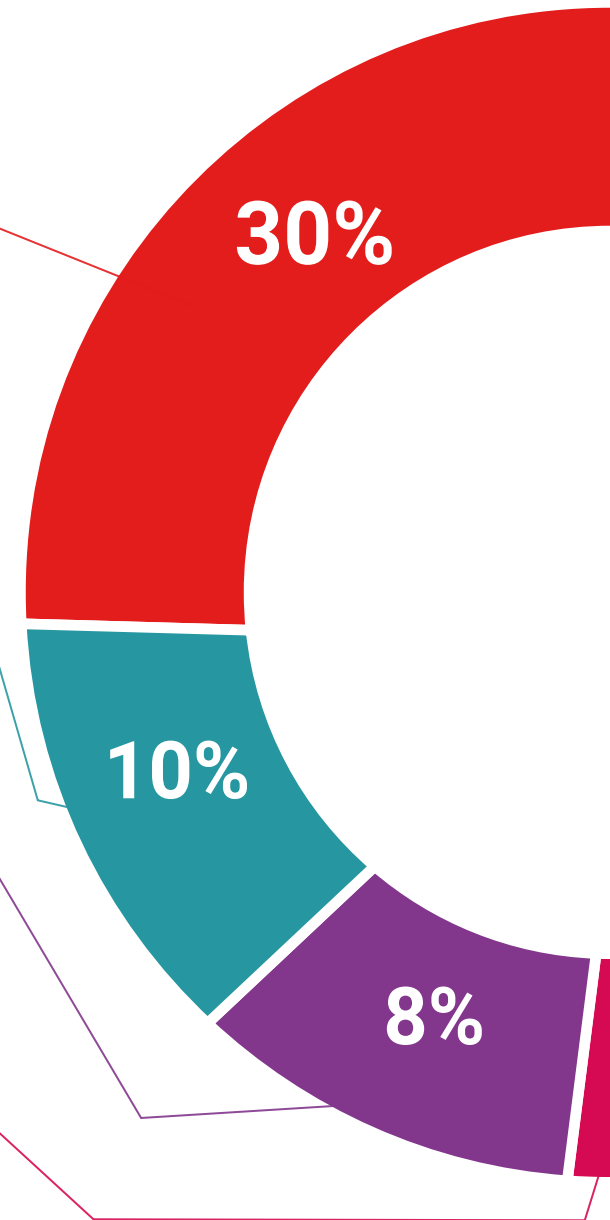
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



05

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Copywriting garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieser **Universitätsexperte in Copywriting** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Copywriting**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Monate**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Copywriting

- › Modalität: online
- › Dauer: 6 Monate
- › Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- › Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- › Prüfungen: online

Universitätsexperte

Copywriting

