



Corso Universitario

Copywriting

» Modalità: online

» Durata: 12 settimane

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 12 ECTS

» Orario: a tua scelta

» Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/corso-universitario/copywriting

Indice

 $\begin{array}{c|c} \hline 01 & 02 \\ \hline Presentazione & Obiettivi \\ \hline pag. 4 & pag. 8 \\ \hline \\ \hline 03 & 04 & 05 \\ \hline Struttura e contenuti & Metodologia & Titolo \\ \hline \hline pag. 12 & pag. 16 \\ \hline \end{array}$





tech 06 | Presentazione

Oggi, la proliferazione del business su Internet ha portato a generare una maggiore competitività per essere visibili e per catturare le vendite. Tuttavia, il marketing tradizionale o la pubblicità non sono stati sufficienti per attirare davvero. Al contrario, il *Copywriting* si è fatto spazio, generando la figura del *copywriter* ampiamente richiesto da aziende e agenzie specializzate.

In questo contesto, è essenziale che ogni professionista della comunicazione che desidera orientare la propria carriera verso questo settore abbia chiaro che cos'è, come si impara e come si utilizza la psicologia e il neuromarketing a proprio vantaggio il *Copywriting*. In questa linea approfondisce il Corso Universitario in Copywriting progettato da TECH per facilitare le conoscenze più avanzate e attuali in questo campo.

Si tratta di un programma composto da 150 ore di lezione con informazioni più aggiornato sulla fase di documentazione e di ricerca pre-redazione, la definizione di obiettivi per chiamare all'azione il cliente o *buyer* persona e psicologici che influenzano l'acquisto.

Uno spazio speciale in questa qualifica occupa le tecniche proprie impiegate in questa disciplina. Gli studenti conosceranno le principali formule per la creazione di messaggi, storytelling e le tecniche utilizzate per la curatura dei contenuti. Il tutto con materiale didattico multimediale accessibile comodamente in qualsiasi momento della giornata, da un dispositivo elettronico con connessione internet.

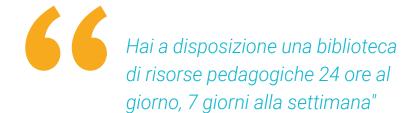
Questa istituzione accademica offre quindi una magnifica opportunità per essere in grado di perseguire un diploma universitario di primo livello, compatibilmente con le responsabilità personali e/o professionali quotidiane.

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

- Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Comunicazione, Marketing e Copywriting
- Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni tecniche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- Esercizi pratici in cui il processo di autovalutazione può essere svolto 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
- Disponibilità di accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile con una connessione internet



Potenzia le tue abilità per poter diventare un copywriter eccezionale e incorporarti in grandi agenzie pubblicitarie specializzate"



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 su Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Padroneggerai le principali formule di copy writing utilizzate dai migliori professionisti del settore.

Con questo programma imparerai come creare eccellenti storytelling e portarli con successo ai tuoi clienti.







tech 10 | Obiettivi



Obiettivo generale

- 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 copywriter 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

- Sapere cos'è il Copywriting
- Sapere cosa fa un Copywriter
- Sviluppare le competenze di cui ha bisogno un copy
- Imparare le tecniche di ricerca sul marchio e sulla concorrenza
- Definire il cliente ideale
- Identificare i motivatori d'acquisto universali
- Conoscere la psicologia, il neuromarketing, il marketing generazionale e il neurocopywriting
- Conoscere cos'è e come si divide la transcreazione
- 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



Approfondisci quando vuoi gli ultimi progressi nel neuromarketing, nel marketing generazionale e nel neurocopywriting"





tech 14 | Struttura e contenuti

Modulo 1. Il Copywriting: cos'è, come impararlo e quali possibilità offre

- 1.1. Alla scoperta del Copywriting
 - 1.1.1. Cos'è e cosa non è il Copywriting
 - 1.1.2. La professione del copywriter oggi
 - 1.1.3. Dove si può applicare il Copywriting
 - 1.1.4. Cosa comporta il Copywriting per un marchio
- 1.2. Imparare a scrivere
 - 1.2.1. Lingua orale vs. Lingua scritta
 - 1.2.2. Raccomandazioni grammaticali
 - 1.2.3. Risorse espressive
 - 1.2.4. Aspetti ortografici
- 1.3. Allenarsi a scrivere
 - 1.3.1. 10 modi diversi di contare
 - 1.3.2. La costruzione del testo
 - 1.3.3. Esercizi per mettere il cervello in modalità parola
 - 1.3.4. Fattori di stimolo per le idee
 - 1.3.5. Associazioni forzate
 - 136 Transizioni
- 1.4. Fase di ricerca
 - 1.4.1. Perché la ricerca sarà il tuo miglior alleato
 - 1.4.2. Diversi strumenti per ottenere informazioni
 - 1.4.3. L'arte di creare guestionari
 - 1.4.4. Condurre una ricerca in autonomia
 - 1.4.5. Come organizzare le informazioni raccolte
- 1.5. Definire il cliente ideale
 - 1.5.1. Il cliente ideale è chiunque?
 - 1.5.2. Principali caratteristiche
 - 1.5.3. Tipologia di clienti ideali
 - 1.5.4. Imparare a vendere per valore e non per prezzo
 - 1.5.5. Livelli di coscienza del cliente

- 1.6. Motivatori d'acquisto universali
 - 1.6.1. Cosa sono e che ruolo hanno nel Copywriting
 - 1.6.2. Amore, attrazione, bellezza
 - 1.6.3. Denaro, status, stile di vita
 - 1.6.4. Momenti, personalità, salute
 - 1.6.5. Sicurezza, tendenza, tempo
- .7. Il Copywriting y la psicologia
 - 1.7.1. Cosa c'entrano il Copywriting e la psicologia
 - 1.7.2. Il copy è uno psicologo?
 - 1.7.3. Sviluppare l'empatia
 - 1.7.4. Sistematizzare i risultati
 - 1.7.5. Utilizzare un linguaggio attivo
- 1.8. Neuromarketing e neurocopywriting
 - 1.8.1. Che cos'è il neuromarketing
 - 1.8.2. Cosa insegna il neuromarketing
 - 1.8.3. Come i marchi utilizzano il neuromarketing
 - 1.8.4. Neurocopywriting
- 1.9. Conoscere il marketing generazionale
 - 1.9.1. Cos'è il marketing generazionale e come influenza il Copywriting?
 - 1.9.2. La generazione silenziosa
 - 1.9.3. I baby boomers
 - 1.9.4. I millennial
 - 1.9.5. La generazione Z
 - 1.9.6. I nativi digitali

1.10 Gli strumenti

- 1.10.1. Per creare il sito web
- 1.10.2. Per creare il tuo portfolio
- 1.10.3. Per creare proposte di progetto
- 1.10.4. Per comunicare con i clienti
- 1.10.5. Di immagine e design
- 1.10.6. Di gestione dei clienti
- 1.10.7. Di revisione dei testi
- 1.10.8. Di social network
- 1 10 9 Di contenuto

Modulo 2. Tecniche di Copywriting

- 2.1. I principi di persuasione
 - 2.1.1. I 6 principi della persuasione di Cialdini
 - 2.1.2. Reciprocità
 - 2.1.3. Scarsità
 - 2.1.4. Autorità
 - 2.1.5. Consistenza
 - 2.1.6. Simpatia
 - 2.1.7. Consenso
- 2.2. Le formule più diffuse per scrivere con il Copywriting
 - 2.1.1. Formula AIDA
 - 2.2.2. La formula delle 4 P
 - 2.2.3. PAS
 - 2.2.4. La formula delle 4 U
 - 2.2.5. La formula FAB
- 2.3. Formule meno frequenti nel copy
 - 2.3.1. La formula di Sugarman
 - 2.3.2. La formula ADP
 - 2.3.3. La formula PASTOR
 - 2.3.4. Aforest
 - 2.3.5. La formula BUCLE
 - 2.3.6. La formula STONE
- 2.4. Altre formule che non sembrano tali
 - 2.4.1. La formula dei 3 perché
 - 2.4.2. Formula del Copywriting 1 2 3 4
 - 2.4.3. Formula. E allora?
 - 2.4.4. Formula dei 9 punti
 - 2.4.5. Formula AICPBSAWN
- 2.5. I titoli dei giornali
 - 2.5.1. L'importanza di un buon titolo
 - 2.5.2. Tipi di titoli
 - 2.5.3. Ricerche per identificare buoni titoli
 - 2.5.4. Il ruolo dei sottotitoli

- 2.6. Creando titoli
 - 2.6.1. Strumenti per la creazione di titoli
 - 2.6.2. Formule per la creazione di titoli
 - 2.6.3. Tecniche e trucchi
 - 2.6.4. Esempi di titoli
- 2.7. Il meraviglioso mondo dello storytelling
 - 2.7.1. I fattori più importanti
 - 2.7.2. Il tipo di storie esistenti
 - 2.7.3. A cosa servono le storie
 - 2.7.4. Dove si può applicare lo storytelling
- 2.8. Come creare buone storie
 - 2.8.1. Formule di storytelling
 - 2.8.2. Viaggio dell'eroe
 - 2.8.3. Elementi per creare buone storie
 - 2.8.4. Esempi di storie con obiettivi diversi
- 2.9. Non andartene senza una call to action (CTA)
 - 2.9.1. La chiamata all'azione è un clic
 - 2.9.2. Come creare una CTA o chiamata all'azione
 - 2.9.3. Tipi di chiamata all'azione
 - 2.9.4. Analisi di esempi di CTA
- 2.10. Content curation
 - 2.10.1. Che cos'è la content curation?
 - 2.10.2. Cosa fa un content curator
 - 2.10.3. Le 10 fasi
 - 2.10.4. Le 4 S
 - 2.10.5. Varie tecniche per la guarigione
 - 2.10.6. Strumenti per la guarigione





tech 18 | Metodologia

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.

tech 20 | Metodologia

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.



Metodologia | 21 tech

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 socioeconomico 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:



Materiale 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.



Riepiloghi 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.



25%

20%







Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Corso Universitario in Copywriting** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra (*bollettino ufficiale*). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di **TECH Global Universtity** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: Corso Universitario in Copywriting

Modalità: online

Durata: 12 settimane

Accreditamento: 12 ECTS



Dott ______, con documento d'identità ______ ha superato con successo e ottenuto il titolo di:

Corso Universitario in Copywriting

Si tratta di un titolo di studio privato corrispondente a 300 horas di durata equivalente a 12 ECTS, con data di inizio dd/mm/aaaa e data di fine dd/mm/aaaa.

TECH Global University è un'università riconosciuta ufficialmente dal Governo di Andorra il 31 de gennaio 2024, appartenente allo Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA).

In Andorra la Vella, 28 febbraio 2024



tech global university Corso Universitario Copywriting

» Modalità: online

- » Durata: 12 settimane
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 12 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

