

Esperto Universitario

Copywriting per Annunci, Lanci
Pubblicitari e Servizio Clienti



Esperto Universitario

Copywriting per Annunci, Lanci Pubblicitari e Servizio Clienti

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-copywriting-annunci-lanci-pubblicitari-servizio-clienti

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

04

Struttura e contenuti

pag. 12

05

Metodologia

pag. 18

06

Titolo

pag. 26

01

Presentazione

Il volume d'affari digitale è aumentato negli ultimi anni a causa di un forte impegno degli utenti a investire molto del loro tempo al giorno navigando su Internet, condividendo informazioni o cercando siti web dove acquistare prodotti. Uno spazio ideale per le vendite, che ha potenziato il ruolo del *copywriter*. Un profilo che deve essere padrone e maestro della scrittura persuasiva e delle strategie per il coinvolgimento dei clienti. Ed è su questa linea che si concentra questo programma 100% online, insegnato da un eccellente team di specialisti in *Copywriting*. Un titolo avanzato sulla creazione di annunci, lanci e le migliori tecniche per servire i clienti. Un'opportunità unica di crescere professionalmente in un settore in crescita.



“

Scopri come realizzare un lancio efficace dall'inizio alla fine grazie all'Esperto Universitario 100% online"

Internet ha creato nuove forme di comunicazione, linguaggi e alternative per catturare l'attenzione degli utenti e dei clienti. Una trasformazione, dove il *copywriting* ha saputo combinare la scrittura persuasiva con la psicologia orientata alla vendita.

In questo spazio, il business digitale prolifera e la lotta per la differenziazione diventa ancora più evidente. Qui entrano in gioco le competenze e le capacità dei *copywriters* quando si tratta di creare annunci sui vari canali, realizzare lanci o servire il cliente. Per incoraggiarle nasce questo Esperto Universitario che fornisce agli studenti le tecniche di persuasione e gli strumenti di creazione dei contenuti necessari per progredire in un settore in crescita.

Si tratta di un programma con una prospettiva teorico-pratica che porterà il laureato a conoscere le numerose formule per scrivere con *Copywriting*, la produzione di storytelling, le strutture più efficaci per comunicare con un cliente o le strategie per realizzare un lancio. Il tutto completato da video riassunti di ogni argomento, video in dettaglio, letture specializzate o casi di successo di grandi aziende come Amazon, Apple, Zara o British Airways.

Si tratta di un'ottima occasione per diventare un vero e proprio specialista, grazie a veri e propri esperti del settore, la cui lunga carriera professionale costituisce una garanzia per gli studenti che frequentano questo titolo universitario.

Così, TECH apre una gamma di possibilità di crescita lavorativa ai comunicatori che desiderano orientare la loro carriera verso il *copywriting* nelle migliori agenzie pubblicitarie o in modalità freelance. Inoltre, con un'opzione accademica flessibile a cui potrai accedere comodamente, come e quando vuoi, da un cellulare, tablet o computer con connessione internet.

Questo **Esperto Universitario in Copywriting per Annunci, Lanci Pubblicitari e Servizio Clienti** 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 scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Particolare 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



Sarai in grado di utilizzare con la massima eccellenza il linguaggio emotivo per convincere e aumentare le vendite"

“

Scopri le storie di successo degli annunci online e le formule utilizzate dai copywriter per raggiungere questo obiettivo. Iscriviti subito”

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

I 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 programma. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema video interattivo sviluppato da esperti rinomati.

Hai a portata di mano tutti gli strumenti necessari per creare titoli di grande impatto e conquistare il futuro acquirente.

In soli 6 mesi sarai uno specialista nella creazione di Ads e nel lancio attraverso le tecniche più efficaci di copywriter.



02 Obiettivi

Durante questo Esperto Universitario il professionista otterrà un apprendimento che sarà in grado di integrare nella sua vita quotidiana nella creazione di campagne pubblicitarie online, strategie e sviluppo di lancio. Per raggiungere questo obiettivo si disporrà di risorse pedagogiche in cui TECH ha utilizzato la più recente tecnologia applicata all'insegnamento universitario. Inoltre, potrai raggiungere i tuoi obiettivi con successo grazie all'accompagnamento di autentiche esperte nel settore *copywriting*.





“

Saprai come migliorare l'assistenza clienti con Copywriting con questo programma universitario. Fai il grande passo e iscriviti"



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 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. Vendita, servizio clienti e *Copywriting*

- ♦ Scoprire perché sono importanti le tecniche persuasive nel *Copywriting*
- ♦ Conoscere il linguaggio delle emozioni e il suo utilizzo
- ♦ Approfondire la comprensione di come viene utilizzato il linguaggio del profitto
- ♦ Conoscere esempi reali dei linguaggi della persuasione
- ♦ Imparare ad aumentare le vendite con autorità e sicurezza
- ♦ Scoprire come applicare il *Copywriting* al servizio clienti
- ♦ Saper gestire la comunicazione in situazioni difficili
- ♦ Riconoscere l'importanza della comunicazione Interna
- ♦ Imparare ad affrontare una presentazione B2B
- ♦ Sapere cos'è un CRM e come applicare il *Copywriting* nel suo ambito

Modulo 2. *Copywriting* per il lancio di campagne pubblicitarie

- ♦ Cos'è e a cosa serve un lancio di un campagna pubblicitaria
- ♦ Identificare i tipi di lancio esistenti
- ♦ Conoscere tutte le fasi di un lancio pubblicitario
- ♦ Comprendere come applicare il *Copywriting* in ogni fase del lancio
- ♦ Conoscere tutti gli elementi del *Copywriting* coinvolti nel lancio di un prodotto
- ♦ Gestire i risultati delle diverse fasi del lancio in tempo reale e agire di conseguenza
- ♦ Conoscere gli strumenti che aiutano a gestire con successo un lancio pubblicitario
- ♦ Sapere cosa fare nella fase post-lancio

Modulo 3. *Copywriting* per gli annunci pubblicitari

- ♦ Riflettere sui cambiamenti tra pubblicità classica e nuova
- ♦ Studiare cosa ha a che fare il *copywriter* con la pubblicità
- ♦ Sapere cos'è un social media plan
- ♦ Conoscere la procedura passo dopo passo prima di scrivere per gli annunci pubblicitari
- ♦ Imparare a creare testi pubblicitari per Youtube Ads, Facebook Ads, TikTok ads, Twitter Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads, Amazon Ads, Google Ads e pubblicità nelle *stories*



Una campagna non ha successo reale, se non la si analizza correttamente. Questo programma ti fornirà gli strumenti di misurazione più recenti per il monitoraggio dei risultati"

03

Struttura e contenuti

Senza dubbio l'efficacia del sistema *Relearning*, basato sulla ripetizione continua dei concetti chiave, porterà gli studenti a un apprendimento reale. In questo modo, sarai in grado di conoscere i principi di persuasione, le formule per scrivere con Copywriting, come costruire l'autorità di vendita o gli strumenti per gestire con un lancio. Un ampio programma incentrato sul fornire una conoscenza di grande utilità pratica e che stimoli la carriera professionale dello studente.



“

*Non sono previste lezioni in presenza e non
dovrai seguire un orario prestabilito. Hai la libertà
di gestire autonomamente il tuo tempo di studio e
accedere quando vuoi a un programma di qualità”*

Modulo 1. Vendita, servizio clienti e Copywriting

- 1.1. La persuasione nel Copywriting per aumentare le vendite
 - 1.1.1. Perché è importante usare la persuasione nel *Copywriting*
 - 1.1.2. Principi di base della persuasione e sua applicazione nel *Copywriting*
 - 1.1.3. Differenza tra persuadere, influenzare e manipolare
 - 1.1.4. Analisi di un autore di riferimento
- 1.2. I bisogni e i desideri del cliente nella persuasione
 - 1.2.1. Tecniche di persuasione, linguaggio emozionale e linguaggio del profitto
 - 1.2.2. Le sue applicazioni
 - 1.2.3. Perché è importante utilizzare le esigenze e i desideri dei clienti nel *Copywriting*
 - 1.2.4. Identificando i desideri del cliente
- 1.3. Il ruolo del linguaggio del profitto nel Copywriting nella persuasione
 - 1.3.1. Perché è importante usare il linguaggio del profitto nel *Copywriting*
 - 1.3.2. Identificare i vantaggi del prodotto o del servizio
 - 1.3.3. Utilizzare il linguaggio del profitto nel *Copywriting* e aumentare le vendite
 - 1.3.4. Come utilizzare i feedback dei clienti per aumentare la fiducia
- 1.4. Il ruolo del linguaggio emotivo nel *Copywriting*
 - 1.4.1. Perché è importante il linguaggio emotivo nel *Copywriting*
 - 1.4.2. Identificare le emozioni del cliente
 - 1.4.3. Come usare il linguaggio emotivo per persuadere e aumentare le vendite
 - 1.4.4. Le emozioni più comunemente utilizzate nel *Copywriting* per le vendite
- 1.5. Copywriting per aumentare le vendite: autorità e sicurezza
 - 1.5.1. Come usare il *Copywriting* per costruire un'autorità di vendita
 - 1.5.2. Costruire l'autorità nel *Copywriting*, con dimostrazione ed esperienza
 - 1.5.3. Creare fiducia nel *Copywriting*, con trasparenza e onestà
 - 1.5.4. I motivi per cui la fiducia nel *Copywriting* è importante
- 1.6. Come migliorare il servizio clienti con il Copywriting
 - 1.6.1. Come e perché accogliere il cliente con il *Copywriting*
 - 1.6.2. Comunicazione degli incidenti che interessano il cliente
 - 1.6.3. Gestione delle richieste di pagamento e di altre questioni amministrative
 - 1.6.4. Struttura delle comunicazioni con i clienti utilizzando il *Copywriting*

- 1.7. Strutture di base per rispondere rapidamente a situazioni complicate
 - 1.7.1. Quando dobbiamo dire NO a un cliente
 - 1.7.2. Quando dobbiamo scusarci
 - 1.7.3. Quando dobbiamo dare cattive notizie
 - 1.7.4. Caso reale
- 1.8. Il copy nella comunicazione interna
 - 1.8.1. L'importanza della comunicazione interna: rivolgersi al pubblico interno
 - 1.8.2. Comunicazioni via e-mail
 - 1.8.3. Comunicazioni su una lavagna visiva
 - 1.8.4. Comunicazioni formali: firma del contratto o fine del contratto
- 1.9. Presentazioni B2B o per investitori
 - 1.9.1. Che cos'è l'*elevator pitch*
 - 1.9.2. Come realizzarlo
 - 1.9.3. Preparazione di una presentazione aziendale
 - 1.9.4. Creare un video di presentazione aziendale o della società
- 1.10. CRM e storie di successo ben implementate
 - 1.10.1. Cos'è il CRM
 - 1.10.2. Il caso di Apple
 - 1.10.3. Il caso di Amazon
 - 1.10.4. Il caso di Zara
 - 1.10.5. Il caso di British Airways

Modulo 2. Copywriting per il lancio di campagne pubblicitarie

- 2.1. Capire cos'è un lancio e a cosa serve
 - 2.1.1. Che cos'è un lancio di una campagna pubblicitaria
 - 2.1.2. Gli elementi di un lancio
 - 2.1.3. Differenziazione
 - 2.1.4. Offerta
 - 2.1.5. Livelli di coscienza
 - 2.1.6. Un relazione di entusiasmo



- 2.2. Tipi di lancio
 - 2.2.1. Quali scegliere e perché
 - 2.2.2. Lancio del seme
 - 2.2.3. Lancio R2X
 - 2.2.4. Lancio meteorico
 - 2.2.5. *Product Launch Formula* (PLF)
 - 2.2.6. *Webinar*, workshop o masterclass
 - 2.2.7. Sfide
 - 2.2.8. Lanci tematici
 - 2.2.9. *Lanci tematici*
- 2.3. fasi di un lancio
 - 2.3.1. Il pre-lancio
 - 2.3.2. La prevendita
 - 2.3.3. Attrazione
 - 2.3.4. Seduzione o indottrinamento
 - 2.3.5. La vendita
 - 2.3.6. La chiusura
 - 2.3.7. Il post-lancio
- 2.4. Come applicare il Copywriting in ogni fase del lancio
 - 2.4.1. Come applicare il *copy* nella fase di attrazione
 - 2.4.2. Tecniche nella fase di seduzione
 - 2.4.3. Tecniche di prevendita e vendita
 - 2.4.4. Esempi di storie di successo
- 2.5. L'idea creativa come pietra angolare del lancio
 - 2.5.1. Cos'è il concetto creativo
 - 2.5.2. Formule per la creazione del concetto creativo
 - 2.5.3. Il metodo per irrompere nel mercato con l'idea creativa
 - 2.5.4. Esempi di idee creative che hanno funzionato
- 2.6. Come orchestrare un lancio
 - 2.6.1. Gli elementi chiave per orchestrare un lancio di successo
 - 2.6.2. Avere un quadro di controllo
 - 2.6.3. La comunicazione interna
 - 2.6.4. Monitoraggio del lancio e del quadro di controllo

- 2.7. Gli elementi di marketing coinvolti in un lancio e la loro funzione
 - 2.7.1. Testi di *copy* nella fase di attrazione
 - 2.7.2. Testi di *copy* nella fase di pre-lancio
 - 2.7.3. Testi di *copy* nella fase di lancio
 - 2.7.4. Testi di *copy* nella fase di vendita
 - 2.8. Misurare un lancio in tempo reale
 - 2.8.1. Metriche e KPI
 - 2.8.2. Strumenti di misurazione
 - 2.8.3. Monitoraggio dei risultati
 - 2.8.4. Analisi post-lancio
 - 2.9. Fase di post-lancio
 - 2.9.1. Analizzare e agire dopo la vendita
 - 2.9.2. Strategie per rendere il cliente felice dopo la vendita
 - 2.9.3. Strategie per aumentare la spesa media del cliente
 - 2.9.4. Strategie per fidelizzare i clienti
 - 2.10. Strumenti per gestire efficacemente un lancio
 - 2.10.1. Comunicazione interna
 - 2.10.2. Gestione e organizzazione dei progetti
 - 2.10.3. Ottimizzazione della produttività
 - 2.10.4. Hosting di prodotti digitali
 - 2.10.5. Ottimizzare il SEO
 - 2.10.6. Trasmissioni in diretta
 - 2.10.7. Canali di contenuti
 - 2.10.8. Altre
- Modulo 3. Copywriting per gli annunci pubblicitari**
- 3.1. Pubblicità classica e nuova
 - 3.1.1. Un po' di storia della pubblicità
 - 3.1.2. La nuova pubblicità
 - 3.1.3. Le tecnologie del momento e le opportunità per la pubblicità
 - 3.1.4. Le tendenze attuali della pubblicità online
 - 3.2. Il *copywriter* in pubblicità e il social media plan
 - 3.2.1. Le funzioni di un *copywriter* in un'agenzia
 - 3.2.2. Le tipologie di *copywriter*
 - 3.2.3. Strategie per i social media
 - 3.2.4. Grandi esempi di campagne sui social media
 - 3.3. La fase di ricerca prima della scrittura
 - 3.3.1. Il cliente ideale o *buyer persona*
 - 3.3.2. Perché acquista
 - 3.3.3. Ricerca sulla concorrenza
 - 3.3.4. Come offrire ciò che il cliente sta cercando
 - 3.4. Tecniche psicologiche per la scrittura
 - 3.4.1. Come trasmettere il messaggio
 - 3.4.2. Come comunicare il prezzo
 - 3.4.3. Utilizzo dei principi di persuasione di R. Cialdini
 - 3.4.4. Altre tecniche che funzionano in pubblicità
 - 3.4.5. Vari consigli per la scrittura di annunci pubblicitari
 - 3.5. Youtube Ads
 - 3.5.1. Perché fare pubblicità su Youtube
 - 3.5.2. Caratteristiche della pubblicità su YouTube
 - 3.5.3. Formati e tipi di annunci
 - 3.5.4. Script per la creazione di annunci su YouTube
 - 3.6. Instagram Ads e Tik Tok Ads
 - 3.6.1. Generare conversioni con il *copy* di Instagram Ads
 - 3.6.2. Esempi reali di campagne su Instagram
 - 3.6.3. Generare conversioni con il *copy* di Tik Tok Ads
 - 3.6.4. Esempi reali di campagne su Tik Tok
 - 3.7. LinkedIn Ads e Twitter Ads
 - 3.7.1. Annunci più efficaci su LinkedIn Ads
 - 3.7.2. Esempi da cui imparare
 - 3.7.3. Annunci più efficaci su Twitter Ads
 - 3.7.4. Esempi da cui imparare



- 3.8. Facebook Ads
 - 3.8.1. Come creare un annuncio su Facebook
 - 3.8.2. Suggerimenti per le particolarità di questo social network
 - 3.8.3. Come il *copy* aiuta negli annunci su Facebook
 - 3.8.4. Esempi reali di campagne pubblicitarie
- 3.9. Google Ads e pubblicità su *stories*
 - 3.9.1. Considerazioni sulla creazione di annunci su Google
 - 3.9.2. Esempi di annunci con *copy* che vendono su Google
 - 3.9.3. Considerazioni sulla creazione di annunci su stories
 - 3.9.4. Esempi di stories con *copy* che vendono
- 3.10. Amazon Ads
 - 3.10.1. Perché fare pubblicità su Amazon
 - 3.10.2. Tipi di annunci su Amazon
 - 3.10.3. Come ottimizzare gli annunci su Amazon con il *copy*
 - 3.10.4. Esempi reali di annunci su Amazon



Scopri con questo titolo universitario le ultime tendenze nella pubblicità online e mettile in pratica"

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.



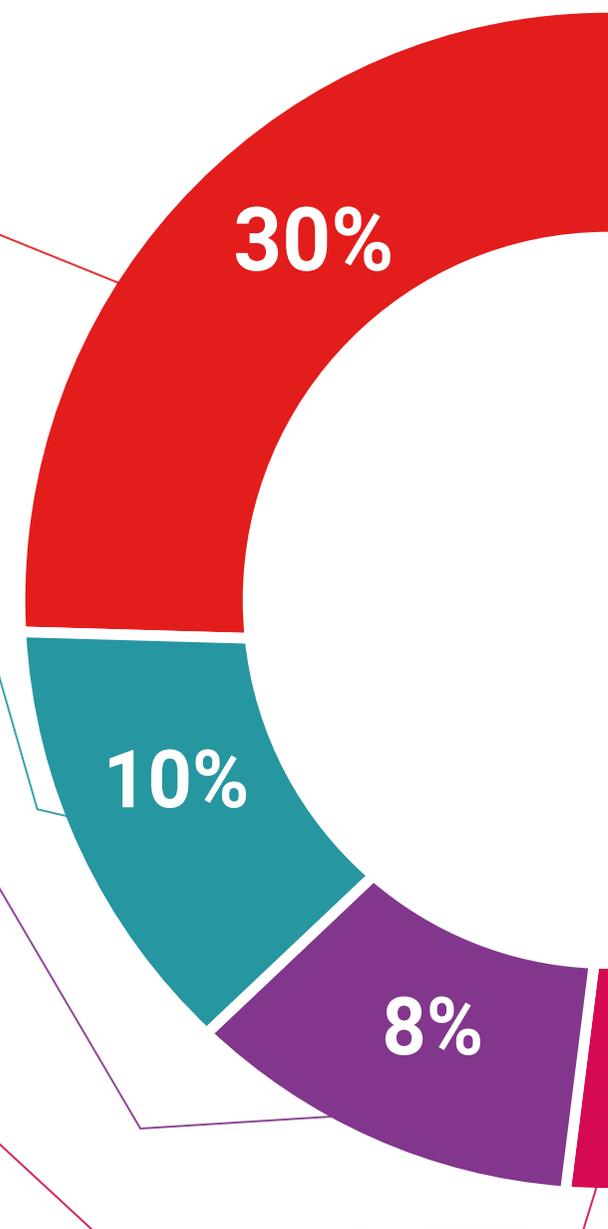
Pratiche di competenze e competenze

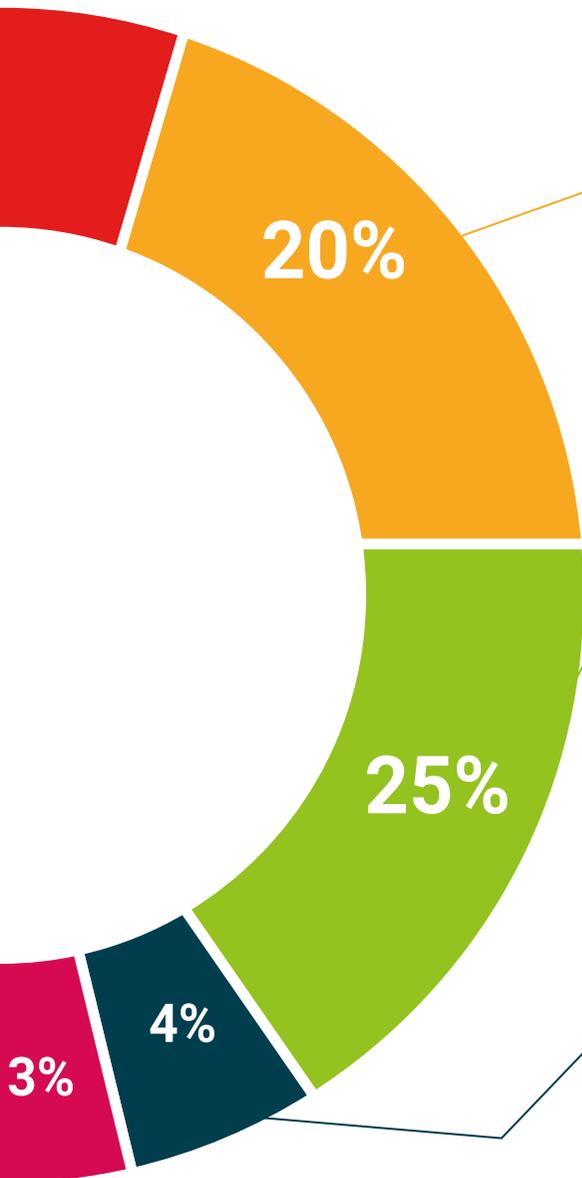
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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.



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.



05

Titolo

L'Esperto Universitario in Copywriting per Annunci, Lanci Pubblicitari e Servizio Clienti 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 programma ti permetterà di ottenere il titolo di **Esperto Universitario in Copywriting per Annunci, Lanci Pubblicitari e Servizio Clienti** 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 per Annunci, Lanci Pubblicitari e Servizio Clienti**

Modalità: **online**

Durata: **6 mesi**



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

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Copywriting per Annunci,
Lanci Pubblicitari e Servizio
Clienti

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

Esperto Universitario

Copywriting per Annunci, Lanci
Pubblicitari e Servizio Clienti