

Esperto Universitario

Copywriting per Contenuti Digitali



## Esperto Universitario

### Copywriting per Contenuti Digitali

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

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

# 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 c'è dubbio che Internet crei un mondo di possibilità per il business digitale. I loro siti web, i loro profili sui social network e la posta elettronica sono i loro canali principali per attrarre clienti e generare vendite. Un intero universo, dove il *copywriter* deve padroneggiare ogni angolo di una pagina per renderla interessante, migliorare l'esperienza dell'utente e raggiungere l'obiettivo di acquisto. Obiettivi molto più facili da raggiungere grazie a questa qualifica 100% online, insegnata da veri esperti di *Copywriting*. Un programma che fornisce i contenuti più avanzati sulle tecniche di scrittura persuasiva orientate ai contenuti digitali, alla creazione di canali di vendita e all'*UX Writing*. Tutto in modalità 100% online e in soli 6 mesi.





*Diventa con TECH un vero copywriter  
che genera contenuti digitali di qualità"*

Il nuovo paradigma digitale ha portato le aziende a trasformare le loro strategie commerciali, concentrando i loro messaggi sulla soluzione dei problemi dei clienti e fornendo loro soluzioni che vanno oltre il prodotto. Portare questo lavoro nel gigantesco mondo di Internet richiede un'eccellente padronanza della scrittura persuasiva, il suo adattamento ai diversi canali esistenti e le linee di azione più efficaci per la vendita.

La figura del *copywriter* emerge come il professionista più richiesto per raggiungere il successo in questa nuova configurazione socio-economica. TECH ha deciso di dare impulso alle carriere di tutti i professionisti della comunicazione che desiderano entrare con garanzie in questo settore con il lancio di questo Esperto Universitario in *Copywriting* per i Contenuti Digitali.

Si tratta di un programma avanzato, creato da specialisti con una vasta esperienza professionale in questo campo, che insegnerà agli studenti a essere in grado di scrivere testi persuasivi nelle diverse parti di un sito web o di creare *storytelling* autentici e di successo nei social network. Il tutto con molto materiale aggiuntivo che ti porterà ad approfondire l'email marketing e la generazione di canali di vendita in modo dinamico.

Grazie al metodo *Relearning*, basato sulla ripetizione dei contenuti, lo studente potrà acquisire un processo di apprendimento molto più diretto e semplice, tralasciando le molte ore di studio che sono così comuni in altri sistemi di insegnamento.

TECH offre un'eccellente opportunità di progredire nel campo del *Copywriting* attraverso un percorso universitario flessibile e conveniente. Tutto ciò che serve è un dispositivo elettronico con una connessione a Internet per visualizzare il programma presente nella piattaforma virtuale. Un'opportunità accademica ideale per chi desidera combinare gli impegni quotidiani con un titolo universitario di primo livello.

Questo **Esperto Universitario in Copywriting per Contenuti Digitali** 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 che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Particolare enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione internet



*Lancia con successo le migliori strategie di canali di vendita grazie ai consigli forniti da veri esperti del settore"*

“

*Le tue e-mail di vendita finiscono nella cartella dello spam? Scopri come evitarlo con le linee guida che troverai in questo corso universitario”*

Il personale docente del programma comprende professionisti 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 corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Dai un valore aggiunto ai tuoi servizi di copywriting e specializzati in UX Writer grazie a questa qualifica.*

*Migliora non solo la tua scrittura, ma anche il tuo SEO per migliorare il tuo posizionamento sul web. Iscriviti subito.*



# 02

## Obiettivi

L'obiettivo di questo Esperto Universitario è quello di fornire le tecniche di scrittura e le risorse essenziali per generare proposte di valore e creare contenuti persuasivi per siti web, social network e campagne di vendita attraverso l'email marketing. Il tutto in modo molto più semplice grazie alle numerose risorse didattiche aggiuntive offerte da TECH, che forniscono una visione teorica e pratica del Copywriting per Contenuti Digitali.





“

*In questo programma ci sono molti esempi  
che ti ispirano a creare contenuti digitali  
di prima qualità”*



## 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
- ♦ Preparare 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*
- ♦ Preparare *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. *Copywriting* per il web

- ♦ Imparare a creare o rivedere i testi di una home page, delle sezioni su di me, sui servizi e sulle vendite
- ♦ Saper creare o rivedere i testi di un negozio online e le schede dei prodotti
- ♦ Approfondire un ramo specializzato del *Copywriting*: l' *UX Writing*
- ♦ Imparare a gestire e scrivere tutti i messaggi coinvolti nell'esperienza online del cliente

### Modulo 2. *Copywriting* per il content marketing e i social media

- ♦ Sapere cos'è il marketing di contenuti e come applicare il *Copywriting* nella sua Strategia
- ♦ Imparare le particolarità dei principali social media (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 *podcasts*, 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

### Modulo 3. Email Marketing e canali di vendita

- ♦ Imparare le basi dell'email marketing come parte di una strategia
- ♦ Creare un elenco di abbonati
- ♦ Sapere come far crescere una lista di abbonati
- ♦ Conoscere gli obiettivi che si possono raggiungere con l'email marketing
- ♦ Sapere come non passare inosservati nella casella di posta elettronica
- ♦ Acquisire conoscenze su cosa sono e a cosa servono gli imbuto di vendita
- ♦ Comprendere la gestione di un imbuto minimo di vendita
- ♦ Imparare a gestire un imbuto di vendita per una start-up
- ♦ Differenziare tra email marketing, chatbot e comunicazione WhatsApp



*Sarai in grado di costruire liste di abbonati di qualità applicando le strategie di email marketing più efficaci"*

# 03

## Struttura e contenuti

Il piano di studi di questa qualifica universitaria è stato ideato per offrire, in soli 6 mesi, la conoscenza più esaustiva e intensiva del *Copywriting* per il web, i social media e l'email marketing. Un argomento che oggi è essenziale nel lavoro di ogni *copywriter*. A supporto di questo processo di apprendimento, gli studenti troveranno video riassuntivi di ogni argomento, video di approfondimento, esempi di successo e letture specializzate, che permetteranno loro di approfondire i grandi contenuti che acquisiranno in questo Esperto Universitario.



“

*Terminerai questa qualifica come professionista di prima classe in Copywriting per Contenuti Digitali”*

## Modulo 1. Copywriting per il web

- 1.1. Pagina principale
  - 1.1.1. Funzioni della pagina principale
  - 1.1.2. La proposta di valore
  - 1.1.3. Il messaggio di marketing
  - 1.1.4. Il filo conduttore
  - 1.1.5. Il corpo del testo
  - 1.1.6. Invitare all'azione
  - 1.1.7. Risorse
  - 1.1.8. Misurazione della pagina web
- 1.2. La pagina su di me
  - 1.2.1. Funzioni della pagina su di me
  - 1.2.2. Struttura
  - 1.2.3. Mostrare chi c'è dietro il marchio
  - 1.2.4. Consigli
  - 1.2.5. Aggiungere emozione
- 1.3. Pagina dei servizi
  - 1.3.1. Obiettivo principale della pagina di servizi
  - 1.3.2. Creazione dell'offerta
  - 1.3.3. Tipi di offerte
  - 1.3.4. La struttura della pagina di servizi
- 1.4. La lettera o la pagina di vendita
  - 1.4.1. Importanza e funzione della pagina di vendita
  - 1.4.2. *Landing pages* vs. Pagina di vendita
  - 1.4.3. Struttura e elementi chiave delle lettere di vendita
  - 1.4.4. Pagine di vendita in formato video
  - 1.4.5. Altre pagine di destinazione o *landing page*
- 1.5. Pagine del negozio online e schede prodotto
  - 1.5.1. Caratteristiche generali delle pagine del negozio online
  - 1.5.2. Struttura *ecommerce*
  - 1.5.3. L'importanza delle schede prodotto
  - 1.5.4. Come crearle per poter vendere di più





- 1.6. L' *UX Writing* o come migliorare l'esperienza dell'utente attraverso i vostri testi
  - 1.6.1. Capire l' *UX Writing*
  - 1.6.2. Cos'è l'*UX Writing*
  - 1.6.3. Differenze tra *UX Writing* e il *Copywriting*
  - 1.6.4. *Microcopy* e *UX Writing*
- 1.7. *UX Writing* e *engagement* marchiato
  - 1.7.1. *Onboardings*
  - 1.7.2. Pulsanti di invito all'azione
  - 1.7.3. Descrizioni del prodotto
  - 1.7.4. Formulari
  - 1.7.5. Messaggi di conformità
  - 1.7.6. Messaggi di recupero della password e di convalida dell'e-mail
  - 1.7.7. Messaggi di successo
  - 1.7.8. Stati vuoti (*empty states*)
  - 1.7.9. Messaggi di timeout
  - 1.7.10. Guida sulle domande frequenti
  - 1.7.11. Messaggi di errore
- 1.8. L'inclusività e la diversità nell'*UX Writing*
  - 1.8.1. Importanza dell'accessibilità nei nostri testi
  - 1.8.2. Diversità del pubblico ed esperienza dell'utente
  - 1.8.3. Il ruolo del linguaggio nell'esperienza dell'utente
  - 1.8.4. Linee guida per scrivere i nostri testi in modo inclusivo
- 1.9. Accessibilità e *UX Writing*
  - 1.9.1. Importanza dell'accessibilità nei testi
  - 1.9.2. Come rendere accessibili i nostri testi
  - 1.9.3. Lettori di schermo
  - 1.9.4. L'attributo ALT
- 1.10. *UX Writer* come specializzazione
  - 1.10.1. Profilo dell'*UX Writer*
  - 1.10.2. Abilità necessarie
  - 1.10.3. Risorse utili
  - 1.10.4. Riflessioni finali

## Modulo 2. Copywriting per il content marketing e i social media

- 2.1. Comprendere il nuovo modo di vendere
  - 2.1.1. Cos'è il marketing di contenuti
  - 2.1.2. Tipi di contenuti che possiamo creare
  - 2.1.3. Articolazione
  - 2.1.4. Interviste
  - 2.1.5. Liste
  - 2.1.6. Notizie
  - 2.1.7. Video
  - 2.1.8. Storie (*storytelling*)
  - 2.1.9. Casi di successo
  - 2.1.10. Articoli per gli ospiti
  - 2.1.11. Infografiche, statistiche o grafici
- 2.2. Strumenti per generare idee di contenuti
  - 2.2.1. Strumenti specifici online
  - 2.2.2. Chat GPT
  - 2.2.3. Temi di riciclo
  - 2.2.4. Cura dei contenuti
  - 2.2.5. Dalle FAQ (domande frequenti)
- 2.3. I social network: grandi alleati del *Copywriting*
  - 2.3.1. Copywriting per i social network
  - 2.3.2. Identificare la concorrenza
  - 2.3.3. Conoscere i sostenitori
  - 2.3.4. Cercare opinioni
- 2.4. Particolarità di ogni social network
  - 2.4.1. *Copy* per Facebook
  - 2.4.2. *Copy* per Instagram
  - 2.4.3. *Copy* per Pinterest
  - 2.4.4. *Copy* per TikTok
- 2.5. *Copywriting* per LinkedIn
  - 2.5.1. Il *copy* nel banner
  - 2.5.2. Il *copy* nel profilo
  - 2.5.3. Il *copy* nel "A proposito di"
  - 2.5.4. Tipi di contenuti a pubblicare
  - 2.5.5. Altri aspetti del network professionale
- 2.6. *Copywriting* per sceneggiature audio e video
  - 2.6.1. Audio o video
  - 2.6.2. *Videopodcast*: il migliore dei due mondi
  - 2.6.3. Come fare video su Youtube
  - 2.6.4. L'importanza del copione per *podcast*
  - 2.6.5. Come creare un copione per *podcast* passo dopo passo
  - 2.6.6. Misurazione e conversione con la strategia *podcast*
- 2.7. *Copywriting* per blog
  - 2.7.1. Conoscendo il pubblico, cosa vorreste leggere?
  - 2.7.2. Quali parole scegliere
  - 2.7.3. Come strutturare l'articolo
  - 2.7.4. Che immagini scegliere
  - 2.7.5. Come migliorare il SEO
- 2.8. Le *keywords* per una strategia di SEO
  - 2.8.1. Fonti di *keywords*
  - 2.8.2. Strumenti per fare una *keyword research*
  - 2.8.3. Organizza la tua *keyword research*
  - 2.8.4. *Search Intent*
  - 2.8.5. *Buyer journey*
  - 2.8.6. Analizza la SERP
- 2.9. Il piano dei contenuti
  - 2.9.1. Analisi della situazione
  - 2.9.2. Definizione di obiettivi e KPI
  - 2.9.3. Pubblico di riferimento
  - 2.9.4. Definizione di strategia di contenuti
  - 2.9.5. Definizione di canali
  - 2.9.6. Calendario editoriale
  - 2.9.7. Misurazione dei risultati

- 2.10. *Copy per merchandising, packaging* e altri formati fisici
  - 2.10.1. I benefici del *copy* nei formati fisici
  - 2.10.2. Imballaggio ed etichette
  - 2.10.3. Pubblicità e segnaletica
  - 2.10.4. Documentazione e fatture
  - 2.10.5. Negozio, ufficio o sede fisica

### Modulo 3. Mail Marketing e imbuto di vendita

- 3.1. Panoramica sull'email marketing
  - 3.1.1. Che cos'è l'email marketing
  - 3.1.2. Caratteristiche
  - 3.1.3. Struttura
  - 3.1.4. Tipi di email
- 3.2. Come costruire una lista di abbonati da zero
  - 3.2.1. Strategie per creare la lista
  - 3.2.2. Canali di supporto
  - 3.2.3. Strumenti di email marketing
  - 3.2.4. Frequenza delle email
- 3.3. Come scrivere le email in base agli obiettivi
  - 3.3.1. Contenuto delle email
  - 3.3.2. Esperienza dell'utente con le email
  - 3.3.3. Email di vendita
  - 3.3.4. Fonti di ispirazione per i contenuti
- 3.4. Come non passare inosservati nella casella di posta in arrivo
  - 3.4.1. Formule per la creazione di titoli
  - 3.4.2. Esempio di prima sequenza di email di sottoscrizione
  - 3.4.3. Esempio di email aziendale
  - 3.4.4. Come evitare di finire nella cartella spam
- 3.5. Come vendere attraverso le email marketing
  - 3.5.1. Com'è vendere con le email marketing
  - 3.5.2. Esempi di sequenze di posta elettronica
  - 3.5.3. Esempi di e-mail di follow-up
  - 3.5.4. Esempi di mail di chiusura delle vendite e del post-vendita

- 3.6. Altri aspetti da tenere in considerazione
  - 3.6.1. La lunghezza
  - 3.6.2. La misurazione
  - 3.6.3. La personalizzazione
  - 3.6.4. L'orario d'invio
- 3.7. Imbuto di vendita: imbuto minimo vitale
  - 3.7.1. Elementi necessari per creare un imbuto di vendita
  - 3.7.2. Lead magnet nell'imbuto di vendita
  - 3.7.3. Aumentare l'imbuto in modo organico
  - 3.7.4. Pubblicità per l'imbuto di vendita. Portare l'imbuto al livello successivo
- 3.8. Imbuti permanenti
  - 3.8.1. Perché dovresti avere un imbuto di vendita automatizzato
  - 3.8.2. Elementi che ti consentono di mantenere e ottimizzare il tuo imbuto
  - 3.8.3. Manutenzione, assistenza e analisi
  - 3.8.4. Chiusura dell'imbuto di vendita
- 3.9. Avvio di imbuti
  - 3.9.1. Come preparare il tuo avvio
  - 3.9.2. Imbuti e modalità di lancio dal vivo
  - 3.9.3. Pubblicità mirata per i lanci
  - 3.9.4. Convertire il tuo imbuto in un lancio *evergreen*
- 3.10. Email marketing vs. *Chatbot* o WhatsApp
  - 3.10.1. I vantaggi dei *chatbots*
  - 3.10.2. I vantaggi dell'email marketing
  - 3.10.3. Personalizzare il messaggio attraverso la segmentazione
  - 3.10.4. WhatsApp può integrare la strategia di email marketing?

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

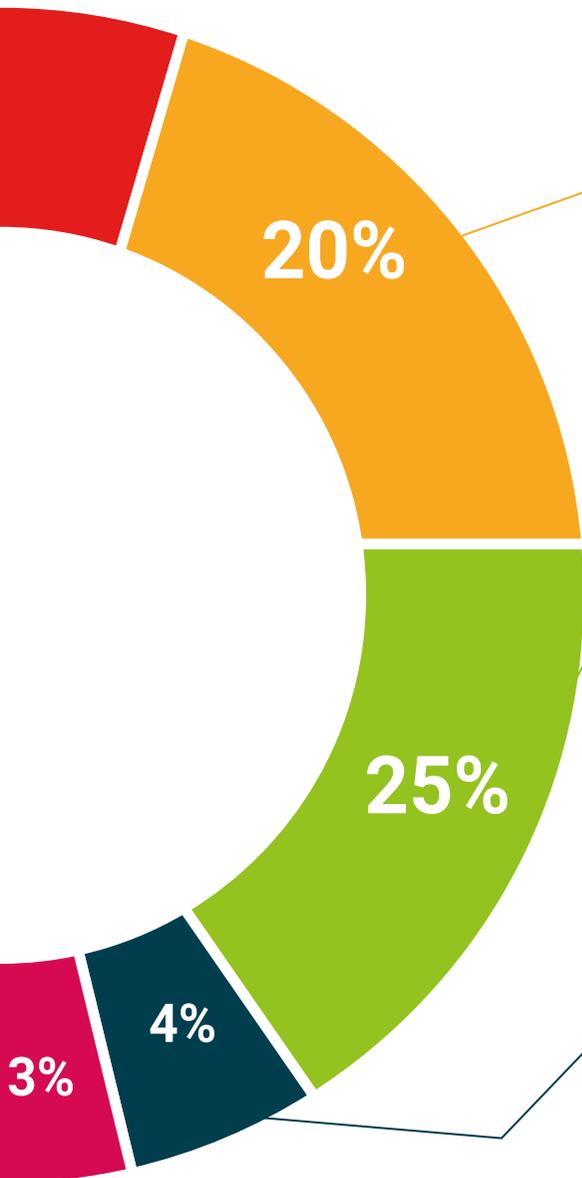
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### 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 Contenuti Digitali 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 la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”*

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

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

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

Titolo: **Esperto Universitario in Copywriting per Contenuti Digitali**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



\*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

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 lingue

**tech** università  
tecnologica

**Esperto Universitario**  
Copywriting per  
Contenuti Digitali

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

Esperto Universitario

Copywriting per Contenuti Digitali

A tilted smartphone screen is the central focus, displaying a news article. At the top of the screen, the word "NEWS" is written in white, serif capital letters on a red rectangular background. Below this, there is a dark blue horizontal bar, followed by a photograph of a person skydiving against a clear blue sky. The bottom part of the screen shows a blurred image of a modern building. The phone is set against a background of geometric shapes: a large orange triangle on the left, a white triangle at the top, and a dark grey triangle at the bottom right.

NEWS

**tech** università  
tecnologica