

Curso

Copywriting para Web
e Redes Sociais





Curso

Copywriting para Web e Redes Sociais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 semanas
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 12 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso/copywriting-web-redes-sociais

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 16

05

Metodologia do estudo

pág. 22

06

Certificação

pág. 32

01

Apresentação

Criar narrativas convincentes, de acordo com a identidade da marca e conectar-se como público na Web e nas redes sociais continua a ser um desafio para os *copywriters*, que também devem considerar as melhores práticas para otimizar o SEO e fazer chamadas à ação eficazes. Um desafio que será muito mais fácil de enfrentar graças a este programa 100% online concebido pela TECH. Trata-se de um programa avançado com um programa exaustivo e com aplicação prática, criado pelos melhores especialistas nesta área. Tudo isso, além disso, com uma metodologia que permite a autogestão do tempo de estudo e o acesso ao programa, quando e onde o aluno desejar, a partir de um dispositivo digital com conexão à Internet.



“

*Inscreva-se agora mesmo num Curso
que aumentará o seu potencial como
copywriter em somente 12 semanas”*

Uma das ferramentas mais poderosas que o *copywriter* tem é a palavra. Portanto, dominá-la para criar conteúdo emocional e persuasivo é essencial. No entanto, apenas o seu controlo é suficiente para causar impacto no leitor. É necessário conhecer as técnicas utilizadas para a criação de textos, sejam eles orientados para a Web ou para as redes sociais, canais de grande relevância para empresas e profissionais.

Por esse motivo, o profissional que deseja progredir neste setor em ascensão precisa de conhecimentos avançados tanto da técnica quanto da metodologia de trabalho e das estratégias para desenvolver um trabalho excelente nesta área. Assim nasce este Curso criado pela TECH para oferecer o ensino mais avançado em apenas 12 semanas.

Tudo isso, além disso, será possível graças ao excelente programa elaborado pelo corpo docente deste curso, composto por renomados *copywriters*, comunicadores e especialistas em marketing. Desta forma, os alunos aprofundarão as particularidades das principais redes sociais e a criação de *copys* para cada uma delas, em *UX Writing* e *engagement* de marca, bem como aredação de conteúdo persuasivo em cada uma das páginas de um site.

Além disso, com o sistema *Relearning*, utilizado por esta instituição em todos os seus programas, o aluno obterá um aprendizado muito mais ágil e eficaz, reduzindo as horas dedicadas ao estudo, tão frequentes em outros métodos de ensino.

O profissional tem, assim, uma excelente oportunidade de obter conhecimentos que lhe permitirão progredir neste setor. Tudo isso através de uma opção académica única e flexível. Basta ter um telemóvel, *Tablet* ou computador com ligação à Internet para visualizar, a qualquer hora do dia, o conteúdo alojado nesta certificação de qualidade.

Este **Curso de Copywriting para Web e Redes Sociais** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de estudos de caso apresentados por especialistas em Comunicação, Marketing e Copywriting
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático com o qual está concebido fornece informações técnicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Os exercícios práticos em que o processo de autoavaliação pode ser utilizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial em metodologias inovadoras
- ♦ As aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



Com este programa, irá melhorar a experiência do utilizador e a sua visita à página"

“

Um título universitário com o melhor material didático, acessível 24 horas por dia, 7 dias por semana”

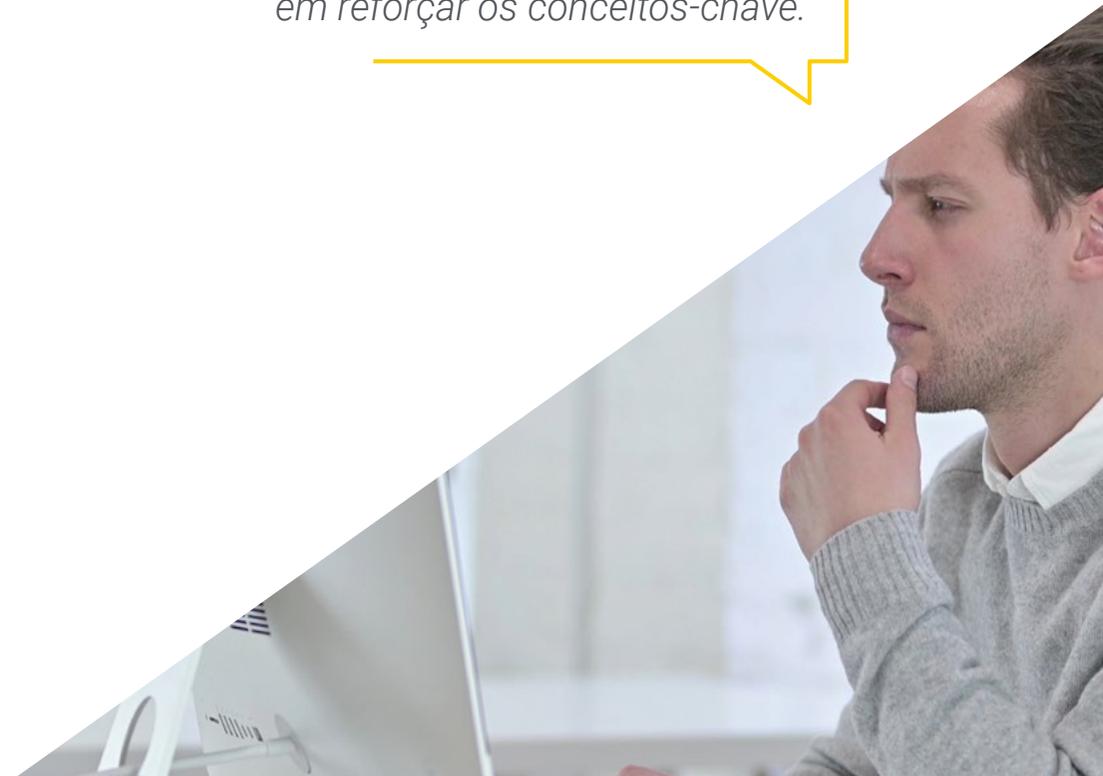
O curso inclui no seu corpo docente, profissionais do setor que trazem a experiência do seu trabalho para esta formação, bem como especialistas reconhecidos das principais sociedades e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educativa, permitirá ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma formação imersiva programada para treinar-se em situações reais.

O desenvolvimento deste curso foca-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do curso. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

Uma opção académica que o introduzirá passo a passo na redação persuasiva de uma carta de vendas.

Graças ao sistema Relearning não terá que investir longas horas a estudar e poderá concentrar-se em reforçar os conceitos-chave.



02

Objetivos

O objetivo deste Curso é proporcionar ao aluno o ensino mais avançado sobre as técnicas, metodologias de trabalho e procedimentos utilizados pelo *copywriter* na criação de conteúdo para a Web e Redes Sociais. Para isso, os professores especialistas deste curso apresentam casos de estudo que levarão os alunos a integrar no seu dia a dia as estratégias mais bem-sucedidas utilizadas e a evitar os erros mais frequentes.





“

Redija roteiros eficazes para podcasts com o conhecimento adquirido neste curso”



Objetivo geral

- ♦ Oferecer uma aprendizagem ampla e profunda da profissão de *copywriter* nas suas diferentes facetas
- ♦ Dar a conhecer os diferentes âmbitos em que se pode aplicar o *Copywriting*: páginas web, anúncios, lançamentos ou para o marketing de conteúdos
- ♦ Oferecer um sistema de estudo aprofundado para a criação de *branding* de uma marca com o Manual de Identidade Verbal
- ♦ Oferecer um estudo completo sobre psicologia, neuromarketing e *neurocopywriting*
- ♦ Adquirir conhecimentos profundos sobre a relação entre a linguagem e a persuasão, a emoção e o benefício
- ♦ Instruir especialistas em *Copywriting* para que sejam capazes de realizar um plano de conteúdos e escrever para qualquer uma das principais redes sociais atuais
- ♦ Formar especialistas em gestão de atendimento ao cliente, comunicação interna e estratégias de captação de clientes B2B e B2C
- ♦ Oferecer as ferramentas para saber como conduzir um funil de vendas do início ao fim
- ♦ Oferecer as ferramentas para saber desenvolver um lançamento digital
- ♦ Ensinar escrita persuasiva para artigos de blog, guiões de vídeo, guiões para podcasts
- ♦ Instruir *copywriters* para que sejam capazes de escrever anúncios para as principais redes sociais
- ♦ Capacitar para trabalhar como *copywriter* freelancer por conta própria desde o primeiro minuto, ou poder trabalhar para terceiros





Objetivos específicos

- ♦ Aprender a criar ou revisar os textos de uma página inicial, na seção sobre mim, serviços e vendas
- ♦ Saber como criar ou revisar os textos de uma loja online e das fichas de produto
- ♦ Aprofundar-se em uma área especializada dentro do *Copywriting*: o *UX Writing*
- ♦ Aprender a gerir e redigir todas as mensagens que fazem parte da experiência online do cliente
- ♦ Saiba o que é Marketing de Conteúdo e como aplicar o *Copywriting* na sua estratégia
- ♦ Aprender as particularidades das principais redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Twitter) e a redigir mensagens nelas da maneira mais eficaz
- ♦ Descrever as particularidades dos guiões de vídeo e dos podcasts e redigir os mesmos de forma eficaz
- ♦ Aprender a escrever artigos para blogs
- ♦ Gerir e redigir todas as mensagens que fazem parte da experiência online do cliente
- ♦ Saber o que são e como são utilizadas as *keywords*
- ♦ Criar um calendário de conteúdos
- ♦ Aprofundar a medição dos resultados

03

Direção do curso

TECH ha efectuado un proceso riguroso de selección tanto de la dirección como del cuadro docente que conforma este programa. Excelentes profissionais com ampla experiência no setor, cujos trabalhos para agências de comunicação e marcas de prestígio são uma garantia para os alunos que desejam obter um aprendizado de qualidade com os melhores especialistas. Além disso, dada a sua proximidade, poderá esclarecer qualquer dúvida que tenha sobre o conteúdo deste Curso.



“

Obtenha uma aprendizagem de alto nível graças às elevadas competências da nossa equipa docente no mundo da Copywriting”

Direção



Sra. Elena Peinador Cabrera

- ♦ Copywriter, Formadora e Diretora Criativa
- ♦ Empreendedora com a marca pessoal www.elenapeinador.com e mentora de Copywriters de Alto Rendimentocom o seu programa ARC
- ♦ Diretora criativa e cofundadora da agência "A propósito"
- ♦ Responsável pela criatividade e copywriter no Grup Flaix
- ♦ Marketing em agência de PLV: FloorGraphics
- ♦ Redatora criativa no Grupo Prisa
- ♦ Responsável por promoções na AMD Internacional
- ♦ Licenciatura em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Autónoma de Barcelona
- ♦ Especialização em Redação Criativa na Complot
- ♦ Especialização em Criatividade na Foxize
- ♦ Especialização em Criatividade Digital no ICEMD
- ♦ Especialização em Coaching Criativo no Laboratório Gaiki
- ♦ Especialização em Branding na Brandemia (Comuniza)



04

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos deste curso proporciona aos alunos as ferramentas pedagógicas necessárias para criar conteúdos atraentes e convincentes para a Web e as redes sociais. Tudo isto a partir de um programa que apresenta uma abordagem teórico-prática e de grande utilidade para o desempenho profissional diário. Além disso, o aluno tem acesso a todo o material, criado por um corpo docente com vasta experiência no setor, na extensa Biblioteca Virtual que compõe este programa 100% online.



“

*Um plano de estudos completo que
lhe dará as técnicas essenciais para
criar conteúdo atraente para a Web”*

Módulo 1. Copywriting para web

- 1.1. A página principal
 - 1.1.1. Funções da página principal
 - 1.1.2. A proposta de valor
 - 1.1.3. A mensagem de marketing
 - 1.1.4. O fio condutor
 - 1.1.5. O corpo do texto
 - 1.1.6. Chamada à ação
 - 1.1.7. Recursos
 - 1.1.8. Medição do site
- 1.2. A página sobre mim
 - 1.2.1. Funções da página sobre mim
 - 1.2.2. Estrutura
 - 1.2.3. Mostrar quem está por trás da marca
 - 1.2.4. Conselhos
 - 1.2.5. Adicionar emoção
- 1.3. A página de serviços
 - 1.3.1. Objetivo principal da página de serviços
 - 1.3.2. A criação da oferta
 - 1.3.3. Tipos de ofertas
 - 1.3.4. A estrutura da página de serviços
- 1.4. A carta ou a página de vendas
 - 1.4.1. Importância e função da página de vendas
 - 1.4.2. *Landing page* vs. Página de vendas
 - 1.4.3. Estrutura e elementos-chave das cartas de venda
 - 1.4.4. Páginas de venda em formato vídeo
 - 1.4.5. Outras páginas de aterragem ou *landing page*
- 1.5. Páginas de lojas online e fichas de produtos
 - 1.5.1. Características gerais das lojas online
 - 1.5.2. Estrutura *ecommerce*
 - 1.5.3. A importância das fichas de produto
 - 1.5.4. Como criá-las para vender mais

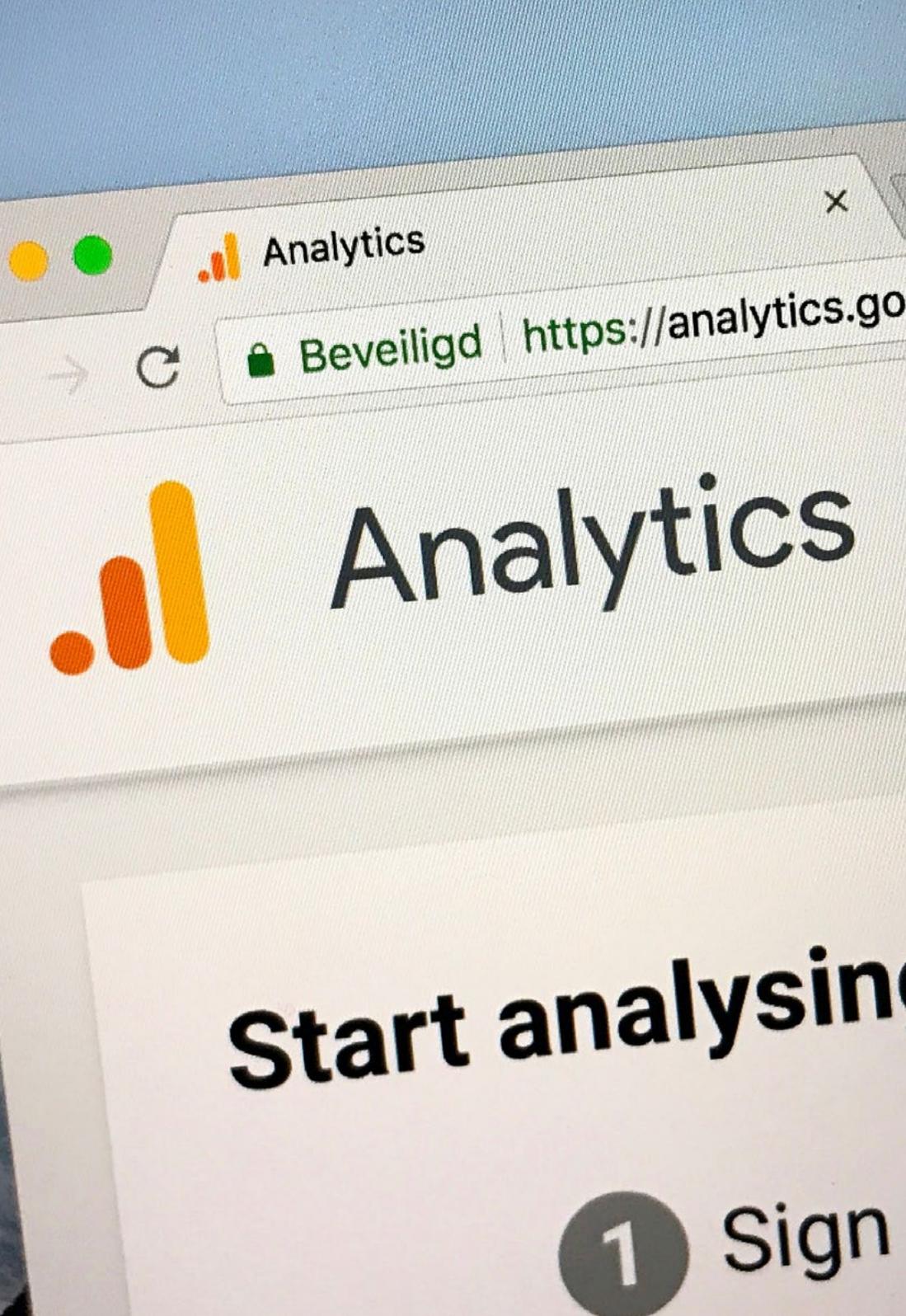




- 1.6. O *UX Writing* ou como melhorar a experiência do utilizador através dos seus textos
 - 1.6.1. Entendendo a experiência *UX Writing*
 - 1.6.2. O que é o *UX Writing*
 - 1.6.3. Diferenças entre o *UX Writing* e o *Copywriting*
 - 1.6.4. Microcopy e *UX Writing*
- 1.7. *UX Writing* e *engagement* da marca
 - 1.7.1. *Onboardings*
 - 1.7.2. Botões de chamada à ação
 - 1.7.3. Descrições do produto
 - 1.7.4. Formulários
 - 1.7.5. Mensagens de confirmação
 - 1.7.6. Mensagens de recuperação de palavra-passe e validação de e-mail.
 - 1.7.7. Mensagens de sucesso
 - 1.7.8. Estados vazios (*empty states*)
 - 1.7.9. Mensagens de tempo limite
 - 1.7.10. Guia de perguntas frequentes
 - 1.7.11. Mensagens de erro
- 1.8. Inclusão e diversidade em *UX Writing*
 - 1.8.1. Importância da acessibilidade nos nossos textos
 - 1.8.2. Diversidade de público e experiência do utilizador
 - 1.8.3. O papel da linguagem na experiência do utilizador
 - 1.8.4. Guias para escrever os nossos textos de forma inclusiva
- 1.9. Acessibilidade e *UX Writing*
 - 1.9.1. Importância da acessibilidade nos textos
 - 1.9.2. Como tornar os nossos textos acessíveis
 - 1.9.3. Leitores de ecrã
 - 1.9.4. O atributo ALT
- 1.10. *UX Writer* como especialização
 - 1.10.1. Perfil do *UX Writer*
 - 1.10.2. Competências necessárias
 - 1.10.3. Recursos úteis
 - 1.10.4. Reflexão final

Módulo 2. *Copywriting* para marketing de conteúdo e redes sociais

- 2.1. Compreender a nova forma de vender
 - 2.1.1. O que é o marketing de conteúdo
 - 2.1.2. Tipos de conteúdos que podemos criar
 - 2.1.3. Artigos
 - 2.1.4. Entrevistas
 - 2.1.5. Listas
 - 2.1.6. Notícias
 - 2.1.7. Vídeos
 - 2.1.8. Histórias (*storytelling*)
 - 2.1.9. Casos de sucesso
 - 2.1.10. Artigos de convidados
 - 2.1.11. Infográficos, estatísticas ou gráficos
- 2.2. Ferramentas para gerar ideias de conteúdo
 - 2.2.1. Ferramentas específicas online
 - 2.2.2. Chat GPT
 - 2.2.3. Reciclagem de temas
 - 2.2.4. Curadoria de conteúdos
 - 2.2.5. Das FAQ (perguntas frequentes)
- 2.3. As redes sociais: grandes aliadas do *Copywriting*
 - 2.3.1. *Copywriting* para redes sociais
 - 2.3.2. Identificar a concorrência
 - 2.3.3. Conhecer os seguidores
 - 2.3.4. Procurar opiniões
- 2.4. Particularidades de cada rede social
 - 2.4.1. *Copy* para Facebook
 - 2.4.2. *Copy* para Instagram
 - 2.4.3. *Copy* para Pinterest
 - 2.4.4. *Copy* para TikTok
- 2.5. *Copywriting* para LinkedIn
 - 2.5.1. O *copy* no banner
 - 2.5.2. O *copy* no perfil
 - 2.5.3. O *copy* no "Acerca de"
 - 2.5.4. Os tipos de conteúdos a publicar
 - 2.5.5. Outros aspetos da rede profissional
- 2.6. *Copywriting* para guiões de áudio e vídeo
 - 2.6.1. Áudio ou vídeo
 - 2.6.2. *Videopodcast*: o melhor dos dois mundos
 - 2.6.3. Como fazer vídeos para o YouTube
 - 2.6.4. A importância de fazer um roteiro para *podcast*
 - 2.6.5. Como fazer um roteiro para *podcast* passo a passo
 - 2.6.6. Medir e converter com a estratégia de *podcast*
- 2.7. *Copywriting* para blogs
 - 2.7.1. Conhecer o público: o que gostaria de ler?
 - 2.7.2. Que palavras escolher
 - 2.7.3. Como estruturar o artigo
 - 2.7.4. Que imagens escolher
 - 2.7.5. Como melhorar o SEO
- 2.8. As *keywords* para uma estratégia de SEO
 - 2.8.1. Fontes de *keywords*
 - 2.8.2. Ferramentas para fazer um *keyword research*
 - 2.8.3. Organize o seu *keyword research*
 - 2.8.4. *Search Intent*
 - 2.8.5. *Buyer journey*
 - 2.8.6. Analise a SERP



- 2.9. O plano de conteúdos
 - 2.9.1. Análise da situação
 - 2.9.2. Definição de objetivos e KPIs
 - 2.9.3. Público-alvo
 - 2.9.4. Definição de estratégia de conteúdos
 - 2.9.5. Definição de canais
 - 2.9.6. Calendário editorial
 - 2.9.7. Medição dos resultados
- 2.10. Copy para *merchandising*, *packaging* e outros formatos físicos
 - 2.10.1. Os benefícios do copy nos formatos físicos
 - 2.10.2. Embalagens e etiquetas
 - 2.10.3. Publicidade e cartazes
 - 2.10.4. Documentação e faturas
 - 2.10.5. Loja, escritório ou local físico



Aprenda a usar o Chat GPT para gerar ideias de conteúdo e incorporá-las em seus projetos futuros”

05

Metodologia do estudo

A TECH é a primeira universidade do mundo a combinar a metodologia dos **case studies** com o **Relearning**, um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição guiada.

Esta estratégia de ensino disruptiva foi concebida para oferecer aos profissionais a oportunidade de atualizar conhecimentos e desenvolver competências de forma intensiva e rigorosa. Um modelo de aprendizagem que coloca o aluno no centro do processo académico e lhe dá o papel principal, adaptando-se às suas necessidades e deixando de lado as metodologias mais convencionais.



“

A TECH prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

Na metodologia de estudo da TECH, o aluno é o protagonista absoluto. As ferramentas pedagógicas de cada programa foram selecionadas tendo em conta as exigências de tempo, disponibilidade e rigor académico que, atualmente, os estudantes de hoje, bem como os empregos mais competitivos do mercado.

Com o modelo educativo assíncrono da TECH, é o aluno que escolhe quanto tempo passa a estudar, como decide estabelecer as suas rotinas e tudo isto a partir do conforto do dispositivo eletrónico da sua escolha. O estudante não tem de assistir às aulas presenciais, que muitas vezes não pode frequentar. As atividades de aprendizagem serão realizadas de acordo com a sua conveniência. Poderá sempre decidir quando e de onde estudar.

“

*Na TECH NÃO terá aulas ao vivo
(às quais nunca poderá assistir)”*



Os programas de estudo mais completos a nível internacional

A TECH caracteriza-se por oferecer os programas académicos mais completos no meio universitário. Esta abrangência é conseguida através da criação de programas de estudo que cobrem não só os conhecimentos essenciais, mas também as últimas inovações em cada área.

Ao serem constantemente atualizados, estes programas permitem que os estudantes acompanhem as mudanças do mercado e adquiram as competências mais valorizadas pelos empregadores. Deste modo, os programas da TECH recebem uma preparação completa que lhes confere uma vantagem competitiva significativa para progredirem nas suas carreiras.

E, além disso, podem fazê-lo a partir de qualquer dispositivo, PC, tablet ou smartphone.

“

O modelo da TECH é assíncrono, pelo que pode estudar com o seu PC, tablet ou smartphone onde quiser, quando quiser, durante o tempo que quiser”

Case studies ou Método do caso

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais utilizado pelas melhores escolas de gestão do mundo. Criada em 1912 para que os estudantes de direito não aprendessem apenas o direito com base em conteúdos teóricos, a sua função era também apresentar-lhes situações complexas da vida real. Poderão então tomar decisões informadas e fazer juízos de valor sobre a forma de os resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Com este modelo de ensino, é o próprio aluno que constrói a sua competência profissional através de estratégias como o *Learning by doing* ou o *Design Thinking*, utilizadas por outras instituições de renome, como Yale ou Stanford.

Este método orientado para a ação será aplicado ao longo de todo o curso académico do estudante com a TECH. Desta forma, será confrontado com múltiplas situações da vida real e terá de integrar conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender as suas ideias e decisões. A premissa era responder à questão de saber como agiriam quando confrontados com acontecimentos específicos de complexidade no seu trabalho quotidiano.



Método Relearning

Na TECH os *case studies* são reforçados com o melhor método de ensino 100% online: o *Relearning*.

Este método rompe com as técnicas tradicionais de ensino para colocar o aluno no centro da equação, fornecendo os melhores conteúdos em diferentes formatos. Desta forma, consegue rever e reiterar os conceitos-chave de cada disciplina e aprender a aplicá-los num ambiente real.

Na mesma linha, e de acordo com múltiplas investigações científicas, a repetição é a melhor forma de aprender. Por conseguinte, a TECH oferece entre 8 e 16 repetições de cada conceito-chave na mesma aula, apresentadas de forma diferente, a fim de garantir que o conhecimento seja totalmente incorporado durante o processo de estudo.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e maior desempenho, envolvendo-o mais na sua especialização, desenvolvendo um espírito crítico, a defesa de argumentos e o confronto de opiniões: uma equação que o leva diretamente ao sucesso.



Um Campus Virtual 100% online com os melhores recursos didáticos

Para aplicar eficazmente a sua metodologia, a TECH concentra-se em fornecer aos licenciados materiais didáticos em diferentes formatos: textos, vídeos interativos, ilustrações e mapas de conhecimento, entre outros. Todos eles são concebidos por professores qualificados que centram o seu trabalho na combinação de casos reais com a resolução de situações complexas através da simulação, o estudo de contextos aplicados a cada carreira profissional e a aprendizagem baseada na repetição, através de áudios, apresentações, animações, imagens, etc.

Os últimos dados científicos no domínio da neurociência apontam para a importância de ter em conta o local e o contexto em que o conteúdo é acedido antes de iniciar um novo processo de aprendizagem. A possibilidade de ajustar estas variáveis de forma personalizada ajuda as pessoas a recordar e a armazenar conhecimentos no hipocampo para retenção a longo prazo. Trata-se de um modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que é conscientemente aplicado neste curso universitário.

Por outro lado, também com o objetivo de favorecer ao máximo o contato mentor-mentorando, é disponibilizada uma vasta gama de possibilidades de comunicação, tanto em tempo real como em diferido (mensagens internas, fóruns de discussão, serviço telefónico, contacto por correio eletrónico com o secretariado técnico, chat, videoconferência, etc.).

Da mesma forma, este Campus Virtual muito completo permitirá aos estudantes da TECH organizar os seus horários de estudo em função da sua disponibilidade pessoal ou das suas obrigações profissionais. Desta forma, terão um controlo global dos conteúdos académicos e das suas ferramentas didáticas, em função da sua atualização profissional acelerada.



O modo de estudo online deste programa permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário”

A eficácia do método justifica-se com quatro resultados fundamentais:

1. Os alunos que seguem este método não só conseguem a assimilação de conceitos, como também o desenvolvimento da sua capacidade mental, através de exercícios que avaliam situações reais e a aplicação de conhecimentos.
2. A aprendizagem traduz-se solidamente em competências práticas que permitem ao aluno uma melhor integração do conhecimento na prática diária.
3. A assimilação de ideias e conceitos é facilitada e mais eficiente, graças à utilização de situações que surgiram a partir da realidade.
4. O sentimento de eficiência do esforço investido torna-se um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz num maior interesse pela aprendizagem e num aumento da dedicação ao Curso.

A metodologia universitária mais bem classificada pelos seus alunos

Os resultados deste modelo académico inovador estão patentes nos níveis de satisfação global dos alunos da TECH.

A avaliação dos estudantes sobre a qualidade do ensino, a qualidade dos materiais, a estrutura e os objetivos dos cursos é excelente. Não é de surpreender que a instituição se tenha tornado a universidade mais bem classificada pelos seus estudantes de acordo com o índice global score, obtendo uma classificação de 4,9 em 5.

Aceder aos conteúdos de estudo a partir de qualquer dispositivo com ligação à Internet (computador, tablet, smartphone) graças ao fato de a TECH estar na vanguarda da tecnologia e do ensino.

Poderá aprender com as vantagens do acesso a ambientes de aprendizagem simulados e com a abordagem de aprendizagem por observação, ou seja, aprender com um especialista.



Assim, os melhores materiais didáticos, cuidadosamente preparados, estarão disponíveis neste programa:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados especificamente para o curso, pelos especialistas que o irão lecionar, de modo a que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são então aplicados ao formato audiovisual que criará a nossa forma de trabalhar online, com as mais recentes técnicas que nos permitem oferecer-lhe a maior qualidade em cada uma das peças que colocaremos ao seu serviço.



Estágios de aptidões e competências

Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista deve desenvolver no quadro da globalização.



Resumos interativos

Apresentamos os conteúdos de forma atrativa e dinâmica em ficheiros multimédia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceptuais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi galardoado pela Microsoft como uma "Caso de sucesso na Europa"



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso, diretrizes internacionais... Na nossa biblioteca virtual, terá acesso a tudo o que precisa para completar a sua formação.





Case Studies

Será realizada uma seleção dos melhores *case studies* na área; Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas do panorama internacional.



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente os seus conhecimentos ao longo de todo o programa. Fazemo-lo em 3 dos 4 níveis da Pirâmide de Miller.



Masterclasses

Existe evidência científica acerca da utilidade da observação por especialistas terceiros.

O que se designa de *Learning from an expert* fortalece o conhecimento e a memória, e cria a confiança em futuras decisões difíceis.



Guias práticos

A TECH oferece os conteúdos mais relevantes do curso sob a forma de fichas de trabalho ou de guias de ação rápida. Uma forma sintética, prática e eficaz de ajudar o aluno a progredir na sua aprendizagem.



06

Certificação

O Curso de Copywriting para Web e Redes Sociais garante, além da formação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um certificado de Curso emitido pela TECH Global University.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Curso de Copywriting para Web e Redes Sociais** reconhecido pela TECH Global University, a maior universidade digital do mundo.

A **TECH Global University**, é uma Universidade Europeia Oficial reconhecida publicamente pelo Governo de Andorra (*bollettino ufficiale*). Andorra faz parte do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) desde 2003. O EEES é uma iniciativa promovida pela União Europeia com o objetivo de organizar o modelo de formação internacional e harmonizar os sistemas de ensino superior dos países membros desse espaço. O projeto promove valores comuns, a implementação de ferramentas conjuntas e o fortalecimento dos seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, investigadores e académicos.

Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências na sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Título: **Curso de Copywriting para Web e Redes Sociais**

Modalidade: **online**

Duração: **12 semanas**

Acreditação: **12 ECTS**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH Global University providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



Curso
Copywriting para Web
e Redes Sociais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 semanas
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 12 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso

Copywriting para Web
e Redes Sociais