

Curso de Especialização

Copywriting Freelance



Curso de Especialização Copywriting Freelance

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-copywriting-freelance

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

O *Copywriting* está em alta e muitos profissionais da comunicação decidem dedicar a sua carreira como *copywriter freelance*. No entanto, em toda aventura de sucesso, é sempre necessário dispor das técnicas adequadas para realizar os múltiplos serviços de criação de conteúdo e das ferramentas para gerar uma carteira de clientes. Dar passos firmes no caminho certo será muito mais fácil graças a esta certificação criada pela TECH. Um programa avançado que facilitará os recursos para a redação persuasiva, o desenvolvimento de habilidades de *copy* e para empreender com garantia de sucesso, com a ajuda de especialistas consagrados no setor. Tudo num formato 100% online e com um programa disponível 24 horas por dia.



“

Quer lançar a sua carreira com sucesso como copywriter freelancer? Está diante da qualificação certa. Inscreva-se já”

Nos últimos anos, houve um grande crescimento dos negócios digitais, o que, por sua vez, levou ao surgimento de novas profissões. Entre elas, encontra-se o *copywriter*, talvez uma das funções mais essenciais para atingir os objetivos de vendas das empresas.

Uma situação ideal para todos os comunicadores que desejam iniciar a sua atividade como *freelance*, dada a sua capacidade de redação e de captar a atenção do comprador. Nesta linha, aprofunda-se este Curso de Especialização em Copywriting Freelance.

Um programa 100% online, cujo itinerário académico levará os alunos a conhecer as principais fórmulas de criação de conteúdo persuasivo, a aprofundar os seus conhecimentos em neuromarketing e a dispor de inúmeras ferramentas para desenvolver com sucesso a sua carreira profissional como *copywriter* independente.

Trata-se de um programa teórico, mas com uma perspetiva prática, no qual o aluno terá à sua disposição numerosos exemplos e casos de estudo, que lhe permitirão desenvolver a sua atividade com garantias e evitando cometer os erros típicos de um principiante neste setor.

Desta forma, a TECH oferece uma excelente oportunidade de crescer no setor através de um Curso de Especialização flexível e conveniente. Basta ter um dispositivo eletrónico com ligação à Internet (computador, *Tablet* ou telemóvel) para visualizar o conteúdo alojado na plataforma virtual. Um programa de qualidade ideal para conciliar as responsabilidades diárias com um diploma universitário adequado aos tempos atuais.

Este **Curso de Especialização em Copywriting Freelance** 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 onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial em metodologias inovadoras
- ♦ 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



Se tiver um computador com ligação à Internet, poderá aceder a qualquer hora do dia ao programa deste programa universitário”

“

Pesquise quando quiser as principais técnicas de investigação utilizadas atualmente para conhecer a sua concorrência”

O programa conta com profissionais do setor que transmitem esta formação a experiência do seu trabalho, além de especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, elaborado com a mais recente tecnologia educativa, permitirá ao profissional um aprendizado situado e contextualizado, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma formação imersiva programada para treinar-se perante situações reais.

A elaboração deste curso baseia-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deve tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do curso. Para tal, contará com o apoio de um inovador sistema de vídeo interativo desenvolvido por especialistas conceituados.

Os inúmeros recursos adicionais permitirão adquirir um amplo conhecimento sobre as principais estratégias de gestão de clientes.

Uma opção académica que o levará a aprender a vender pelo valor e não pelo preço.



02 Objetivos

Este Curso de Especialização fornecerá ao profissional da comunicação as ferramentas essenciais para desenvolver a sua própria carreira como *copywriter freelance*. Para atingir esse objetivo, a TECH fornece resumos em vídeo de cada tema, vídeos detalhados, leituras especializadas e vários casos exemplares, que lhe permitirão conhecer os múltiplos serviços oferecidos pela *Copywriting*, as técnicas de redação persuasiva, curadoria de conteúdos e os diferentes canais existentes para criar sinergias no mundo digital.



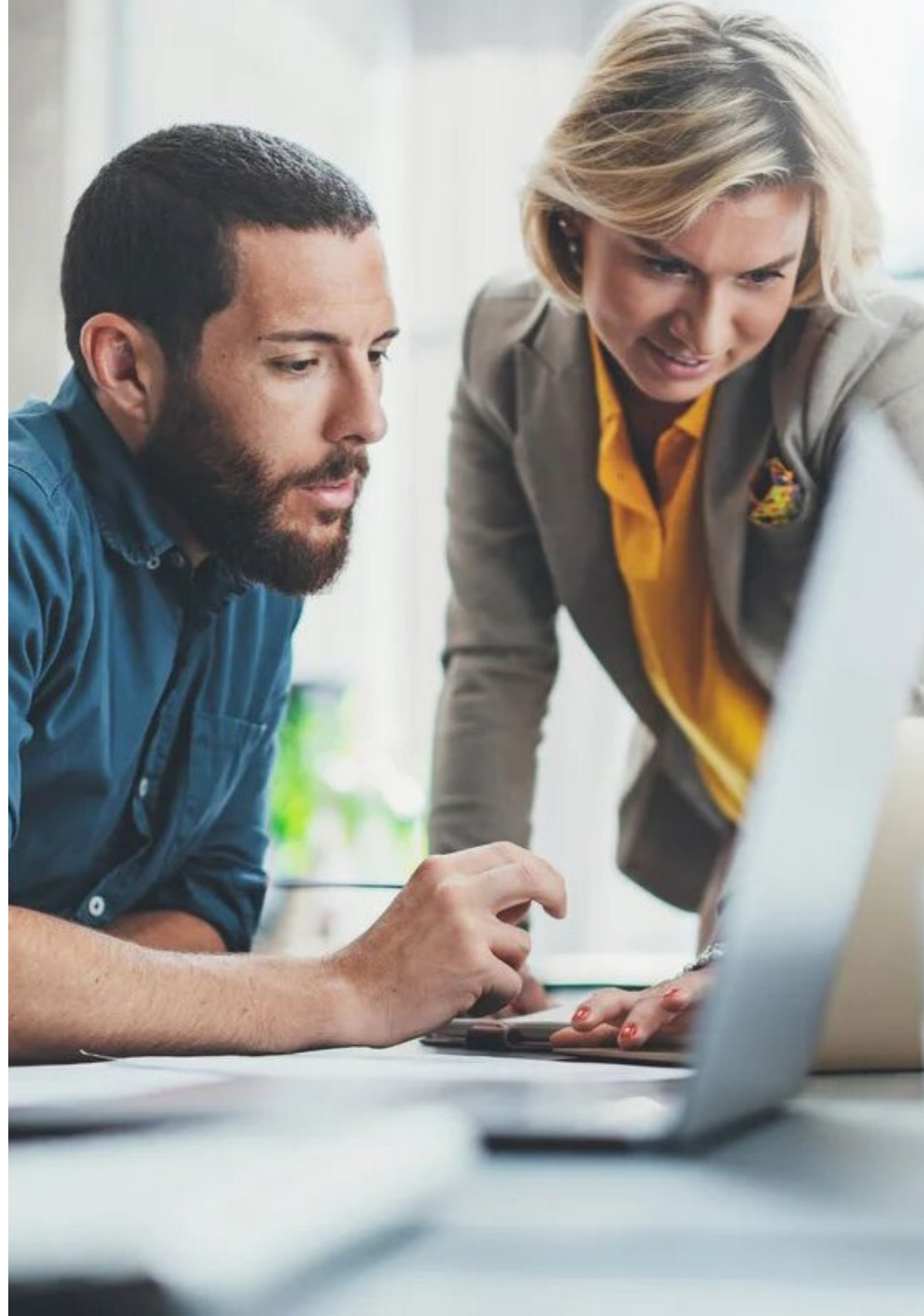
“

Sabe realmente criar a melhor narrativa de vendas? Confira com esta titulação universitária 100% online”



Objetivos gerais

- ♦ 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

Módulo 1. O *Copywriting*: o que é, como se aprende e que possibilidades oferece

- ♦ Saber o que é o *Copywriting*
- ♦ Saber o que faz um *copywriter*
- ♦ Desenvolva as competências necessárias para um *copy*
- ♦ Aprender as técnicas para investigar a marca e a concorrência
- ♦ Definir o cliente ideal
- ♦ Identificar os motivadores universais de compra
- ♦ Conhecer sobre psicologia, neuromarketing, marketing geracional e *neurocopywriting*
- ♦ Descubra o que é e como se faz a transcrição

Módulo 2. As técnicas do *Copywriting*

- ♦ Identificar os princípios da persuasão
- ♦ Aprenda mais de 12 fórmulas diferentes de *Copywriting*
- ♦ Escrever títulos de forma eficaz
- ♦ Identificar para que serve e como criar um *storytelling*
- ♦ Aprender a editar conteúdos de forma profissional

Módulo 3. O *Copywriter Freelance*

- ♦ Aprender a se comportar como um *copywriter freelance* desde o primeiro dia em que começa a trabalhar com um cliente
- ♦ Saber como iniciar o relacionamento com um cliente
- ♦ Criar um catálogo de serviços
- ♦ Aprofundar a apresentação dos orçamentos para aumentar a taxa de aceitação dos mesmos
- ♦ Aprender a fazer faturas
- ♦ Saber como recolher testemunhos de clientes
- ♦ Trabalhar com um sistema de controlo de qualidade de projetos
- ♦ Aprender a apresentar projetos de forma convincente
- ♦ Conhecer a gestão das métricas em *Copywriting*

03

Direção do curso

A TECH está ciente das dificuldades que um profissional com conhecimentos numa área pode encontrar, mas sem as ferramentas e recursos necessários para poder iniciar o seu próprio negócio. Por isso, reuniu neste curso verdadeiras especialistas em *Copywriting*, que conseguiram desenvolver com sucesso a sua própria carreira como *copywriter freelance*. Figuras de destaque no setor que proporcionarão aos alunos informações muito úteis para o seu progresso profissional e desenvolvimento da sua carreira autónoma.



“

Quer ser copywriter freelancer? Aprenda com quem já trilhou esse caminho com sucesso”

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)

Professores

Sr. Jordi Valls Montagu

- ♦ Copywriter e redator de conteúdo web freelancer
- ♦ Redator de conteúdos web para o blog da marca Escapa
- ♦ Especialista em Marketing por E-mail na Empreendedores.com
- ♦ Especialista em Marketing por E-mail e Redes Sociais na Neurosenser
- ♦ Especialista em Marketing por E-mail na Eurolotes
- ♦ Redação de artigos para o blog da marca Fundas BCN
- ♦ Técnico em Turismo, Agências de Intermediação e Recepção de Hotéis
- ♦ Curso em Turismo pela Universidade de Girona

Sra. Sandra Lledó

- ♦ Copywriter e Storyteller Freelance
- ♦ Empreendedora com serviços de Copywriting, Storytelling, Ghostwriting
- ♦ Mentora de marca pessoal e corporativa Expressão Escrita, especializada em LinkedIn e marketing por e-mail
- ♦ Autora de romances sob o pseudónimo Sadire Lleire
- ♦ Fundadora e Tutora do Clube Escritores Inconfesos
- ♦ Responsável por RRHH na Dormitienda
- ♦ Licenciatura em RRL e RRHH pela Universidade Europeia
- ♦ Licenciatura em Filologia Hispânica
- ♦ Licenciatura Superior em Administração e Finanças pela CEEDCV

Sra. Yolanda Vilá

- ♦ Responsável pela Comunicação Estratégica e cofundadora da "A propósito"
- ♦ Copywriter e UX Writer na ABA English
- ♦ Copywriter freelancer para marcas como Venca, Degustabox, Médicos Sem Fronteiras, Lavinia Interactiva, Grey Group, Batabat Producciones, PUE, Coesencia, FMRG e DKV
- ♦ Redator no Departamento de Marketing do Grey Group Barcelona
- ♦ Redatora criativa e responsável por promoções no departamento de Marketing-Promoções da Venca
- ♦ Redator júnior na Wunderman Barcelona
- ♦ Licenciatura em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Autônoma de Barcelona
- ♦ Mestrado em Entretenimento Televisivo pela UOC e TV3
- ♦ Pós-graduação em Comunicação Radiofónica pela Universidade de Girona



Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los na sua prática diária”

04

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos desta titulação universitária foi elaborado por uma excelente equipa de profissionais com ampla experiência em *Copywriting* empreendedorismo. Desta forma, os alunos deste programa irão aprofundar o trabalho diário do *copywriter*, as múltiplas possibilidades de serviços que ele pode oferecer, bem como as fórmulas para uma redação persuasiva. Além disso, este programa dará especial ênfase à figura do *freelance* e a todos os recursos necessários para que possa levar a cabo com sucesso a sua carreira de forma independente.



“

Emocione, convença e não se esqueça de gerar call to action com todas as técnicas de criação de conteúdo que este curso universitário oferece”

Módulo 1. O Copywriting: o que é, como se aprende e que possibilidades oferece

- 1.1. Descobrindo o *Copywriting*
 - 1.1.1. O que é e o que não é *Copywriting*
 - 1.1.2. A profissão do *copywriter* atual
 - 1.1.3. Onde se pode aplicar a *Copywriting*
 - 1.1.4. O que faz o *Copywriting* por uma marca
- 1.2. Aprendendo a redigir
 - 1.2.1. Língua oral vs. Língua escrita
 - 1.2.2. Recomendações gramaticais
 - 1.2.3. Recursos expressivos
 - 1.2.4. Aspectos ortográficos
- 1.3. Treinar-se para escrever
 - 1.3.1. 10 maneiras diferentes de contar
 - 1.3.2. A construção do texto
 - 1.3.3. Exercícios para colocar o cérebro no modo palavras
 - 1.3.4. Geração de ideias
 - 1.3.5. As associações forçadas
 - 1.3.6. Transições
- 1.4. A fase de investigação
 - 1.4.1. Por que a investigação será a sua melhor aliada
 - 1.4.2. Diferentes ferramentas para obter informações
 - 1.4.3. A arte de criar questionários
 - 1.4.4. Pesquisa por conta própria
 - 1.4.5. Como organizar as informações recolhidas
- 1.5. Definindo o cliente ideal
 - 1.5.1. O cliente ideal é todo mundo?
 - 1.5.2. Principais características
 - 1.5.3. Tipologia de clientes ideais
 - 1.5.4. Aprenda a vender pelo valor, não pelo preço
 - 1.5.5. Os níveis de consciência do cliente



- 1.6. Os motivadores universais de compra
 - 1.6.1. O que são e qual o papel que desempenham na *Copywriting*
 - 1.6.2. O amor, a atração, a beleza
 - 1.6.3. Dinheiro, status, estilo de vida
 - 1.6.4. Momentos, personalidade, saúde
 - 1.6.5. Segurança, tendência, tempo
- 1.7. Copywriting e psicologia
 - 1.7.1. O que têm a ver *Copywriting* e psicologia
 - 1.7.2. O Copy é um psicólogo?
 - 1.7.3. Desenvolvendo a empatia
 - 1.7.4. Sistematizar as descobertas
 - 1.7.5. Utilizar uma linguagem ativa
- 1.8. Neuromarketing e *neurocopywriting*
 - 1.8.1. O que é neuromarketing
 - 1.8.2. O que ensina o neuromarketing
 - 1.8.3. Como as marcas utilizam o neuromarketing
 - 1.8.4. *Neurocopywriting*
- 1.9. Conhecendo o marketing geracional
 - 1.9.1. O que é marketing geracional e como influencia a *Copywriting*
 - 1.9.2. A geração silenciosa
 - 1.9.3. Os *baby boomers*
 - 1.9.4. Os *millenials*
 - 1.9.5. A geração Z
 - 1.9.6. Os nativos digitais
- 1.10. A transcrição: a meio caminho entre a cópia e a tradução
 - 1.10.1. O que é transcrição?
 - 1.10.2. A origem da transcrição
 - 1.10.3. O processo de transcrição
 - 1.10.4. Aplicações da transcrição
 - 1.10.5. Sorrisos e lágrimas (casos de aplicação bem-sucedidos e fracassos)

Módulo 2. As técnicas do *Copywriting*

- 2.1. Os princípios da persuasão
 - 2.1.1. Os 6 princípios da persuasão de Cialdini
 - 2.1.2. Reciprocidade
 - 2.1.3. Escassez
 - 2.1.4. Autoridade
 - 2.1.5. Consistência
 - 2.1.6. Simpatia
 - 2.1.7. Consenso
- 2.2. As fórmulas mais populares para escrever com *Copywriting*
 - 2.2.1. Fórmula AIDA
 - 2.2.2. A fórmula das 4 P
 - 2.2.3. A PAS
 - 2.2.4. A fórmula das 4 U
 - 2.2.5. A fórmula FAB
- 2.3. Formas menos frequentes em *copy*
 - 2.3.1. A fórmula Sugarman
 - 2.3.2. A fórmula ADP
 - 2.3.3. A fórmula PASTOR
 - 2.3.4. Aforest
 - 2.3.5. A fórmula BUCLE
 - 2.3.6. A fórmula STONE
- 2.4. Outras fórmulas que não parecem ser
 - 2.4.1. A fórmula dos 3 porquês
 - 2.4.2. Fórmula de *Copywriting* 1 – 2 – 3 – 4
 - 2.4.3. Fórmula E daí?
 - 2.4.4. Fórmula dos 9 pontos
 - 2.4.5. Fórmula AICPBSAWN
- 2.5. Os titulares
 - 2.5.1. A importância de um bom título
 - 2.5.2. Tipos de titulares
 - 2.5.3. Investigar para identificar bons títulos
 - 2.5.4. O papel das legendas

- 2.6. Criando títulos
 - 2.6.1. Ferramentas para criar títulos
 - 2.6.2. Fórmulas para criar títulos
 - 2.6.3. Técnicas e truques
 - 2.6.4. Exemplos de títulos
- 2.7. O maravilhoso mundo do *storytelling*
 - 2.7.1. Os fatores mais importantes
 - 2.7.2. O tipo de histórias existentes
 - 2.7.3. Para que servem as histórias?
 - 2.7.4. Onde é possível aplicar *storytelling*
- 2.8. Como criar boas histórias
 - 2.8.1. Fórmulas de *storytelling*
 - 2.8.2. A viagem do herói
 - 2.8.3. Elementos para criar boas histórias
 - 2.8.4. Exemplos de histórias com objetivos diversos
- 2.9. Não vá embora sem um *call to action* (CTA)
 - 2.9.1. A chamada para a ação é um clique
 - 2.9.2. Como criar uma CTA ou chamada à ação
 - 2.9.3. Tipos de chamadas para ação
 - 2.9.4. Análise de exemplos de CTA
- 2.10. A edição de textos
 - 2.10.1. O que é curadoria de conteúdo
 - 2.10.2. O que faz um *content curator*
 - 2.10.3. Os 10 passos
 - 2.10.4. As 4 S's
 - 2.10.5. Técnicas diversas para a cura
 - 2.10.6. Ferramentas para a cura

Módulo 3. O Copywriter Freelance

- 3.1. O mais importante para ser um *copy freelance*
 - 3.1.1. Por onde começar
 - 3.1.2. Questões legais: o contrato
 - 3.1.3. Considerações sobre o negócio mínimo viável
 - 3.1.4. Canais para se dar a conhecer
 - 3.1.5. Como encontrar trabalho
 - 3.1.6. A importância do *networking*
- 3.2. Como iniciar o relacionamento com um cliente
 - 3.2.1. O formulário de captação: o que é
 - 3.2.2. Que perguntas incluir nos formulários de captação
 - 3.2.3. Os formulários de contacto
 - 3.2.4. Exemplos de diferentes formulários de captação
- 3.3. O catálogo de serviços
 - 3.3.1. Quais são os serviços mais procurados
 - 3.3.2. A auditoria de *Copywriting*
 - 3.3.3. Consultoria em *Copywriting*
 - 3.3.4. Os serviços web
 - 3.3.5. Serviços específicos
 - 3.3.6. Ideias gerais para definir preços
- 3.4. Como apresentar orçamentos para fechar uma alta percentagem de aceitação
 - 3.4.1. Como evitar que nos digam não ou que desapareçam
 - 3.4.2. Deixar a pedra no seu telhado
 - 3.4.3. Não é preciso precipitar-se
 - 3.4.4. Ouvir e conhecer bem o cliente
 - 3.4.5. Personalizar destacando os benefícios
 - 3.4.6. Detalhar o que está incluído e o que não está incluído
 - 3.4.7. Estabelecer um prazo
- 3.5. As faturas
 - 3.5.1. O que não pode faltar numa fatura
 - 3.5.2. Sequência de e-mails de acompanhamento e reclamação de cobranças
 - 3.5.3. Terrenos rurais
 - 3.5.4. Ferramentas úteis para faturação e cobrança



- 3.6. Os testemunhos
 - 3.6.1. Os benefícios e riscos de publicar um testemunho
 - 3.6.2. Como recolher testemunhos rapidamente
 - 3.6.3. Como e onde utilizar a prova social
 - 3.6.4. Testemunhos como estratégia de sucesso de algumas campanhas
- 3.7. A transcrição: a meio caminho entre a *copy* e a tradução
 - 3.7.1. O que é transcrição?
 - 3.7.2. A origem da transcrição
 - 3.7.3. O processo de transcrição
 - 3.7.4. Aplicações da transcrição
 - 3.7.5. Sorrisos e lágrimas (casos de aplicação bem-sucedidos e fracassos)
- 3.8. O guia de controlo de qualidade
 - 3.8.1. Os elementos a examinar antes de entregar um projeto
 - 3.8.2. Uma verificação sobre o atendimento
 - 3.8.3. Os filtros matemáticos de um texto
 - 3.8.4. Gramática e estilo
- 3.9. Entrega do projeto
 - 3.9.1. Como e por que não entregar textos em Word
 - 3.9.2. A estrutura de um bom documento de entrega de projeto
 - 3.9.3. A sessão de apresentação
 - 3.9.4. A apresentação do *copy* em *wireframes*
 - 3.9.5. O que fazer se o cliente disser que não
- 3.10. As métricas para *copywriters*
 - 3.10.1. Por que é importante medir
 - 3.10.2. Os KPI em *Copywriting*
 - 3.10.3. As ferramentas
 - 3.10.4. Como vender ao cliente

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

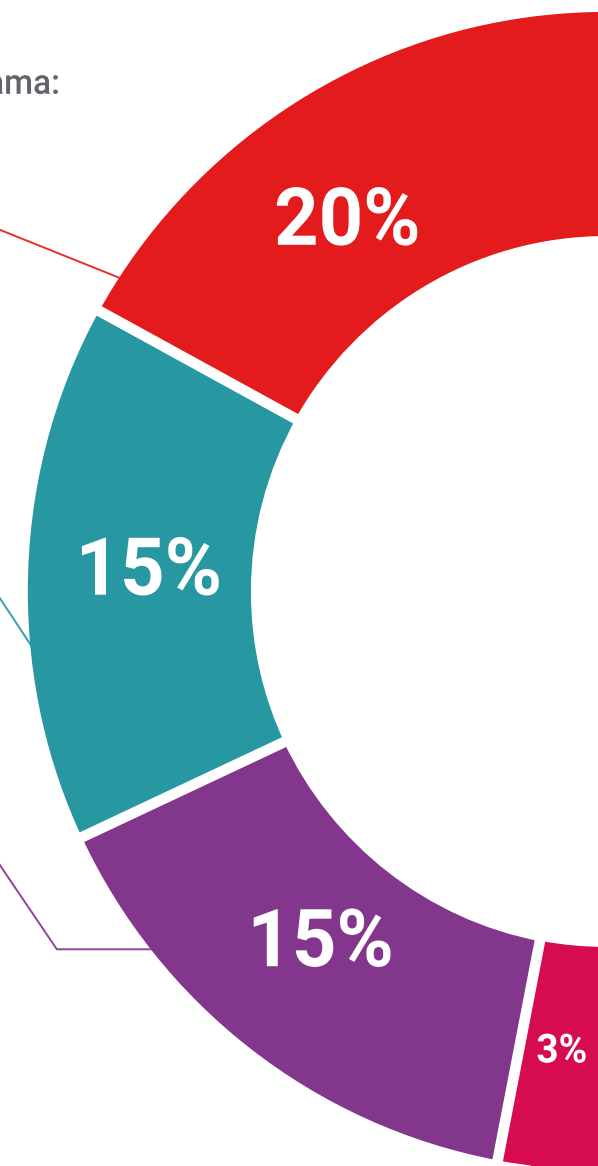
Apresentamos os conteúdos de forma atrativa e dinâmica em ficheiros multimédia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceptuais a fim de reforçar o conhecimento.

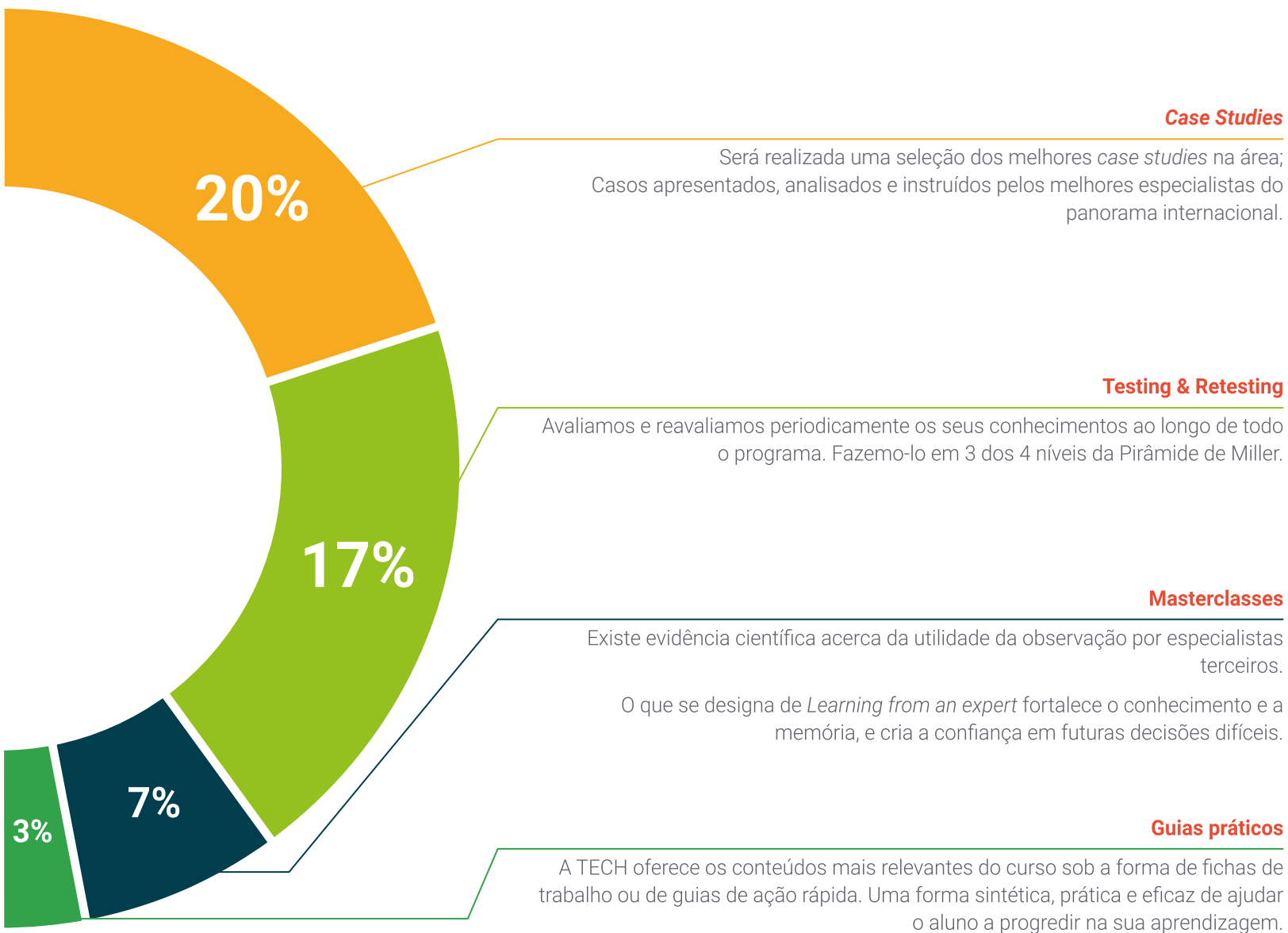
Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi galardoado pela Microsoft como uma "Caso de sucesso na Europa"



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 Especialização em Copywriting Freelance garante, além da formação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um certificado de Curso emitido pela TECH Global University.



“

*Conclua este plano de estudos com sucesso
e receba o seu certificado sem sair de casa
e sem burocracias”*

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Curso de Especialização em Copywriting Freelance** 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 Especialização em Copywriting Freelance

Modalidade: online

Duração: 6 meses

Acreditação: 18 ECTS



futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualificação
desenvolvimento sustentabilidade



Curso de Especialização Copywriting Freelance

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Copywriting Freelance