

# Curso Copywriting



## Curso

### Copywriting

- » 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](http://www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso/copywriting)

# 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. 20*

06

Certificação

---

*pág. 30*

# 01

# Apresentação

Num ambiente digital cada vez mais competitivo, onde a imagem se tornou predominante, a palavra continua viva graças às fórmulas utilizadas no *Copywriting*. A arte de contar histórias, valorizando um produto, serviço ou marca, tornou-se indispensável na captação de clientes e vendas. Um domínio total da linguagem, da criatividade e da persuasão que pode ser alcançado com este programa 100% online criado pela TECH. Uma formação com conteúdo teórico-prático, ministrada por verdadeiros especialistas neste setor, que aprofundarão as principais ferramentas e técnicas para a criação de mensagens cativantes, a elaboração de *storytelling* brilhante ou a curadoria de conteúdos. Uma excelente oportunidade para crescer profissionalmente ao lado dos melhores especialistas.





“

*Graças a este curso, tornar-se-á um excelente profissional de Copywriting em somente 12 semanas”*

Atualmente, a proliferação dos negócios na Internet levou a uma maior competitividade para se tornarem visíveis e captar vendas. No entanto, o marketing tradicional ou a publicidade não têm sido suficientes para atrair realmente. Em seu lugar, o *Copywriting* ganhou um espaço importante, criando a figura do *copywriter* muito procurado por empresas e agências especializadas.

Neste contexto, é essencial que todo profissional da comunicação que deseje orientar a sua carreira para este setor tenha claro o que é, como se aprende e como se utiliza a psicologia e o neuromarketing ao favor do *Copywriting*. Nesta linha, aprofunda-se o Curso em Copywriting concebido pela TECH para facilitar o conhecimento mais avançado e atual neste campo.

Trata-se de um programa que consiste em 360 horas letivas com as informações mais atualizadas sobre a fase de documentação e pesquisa prévia à redação, o estabelecimento de objetivos para chamar à ação o cliente ou *buyer* pessoa e os fatores psicológicos que influenciam a compra.

As técnicas específicas utilizadas nesta disciplina ocupam um lugar especial neste curso. Assim, os alunos conhecerão as principais fórmulas para a criação de mensagens, *storytelling* e as técnicas utilizadas para a curadoria de conteúdo. Tudo isso com material didático multimídia que poderá acessar facilmente a qualquer hora do dia, a partir de um dispositivo eletrônico com conexão à Internet.

Esta instituição acadêmica oferece, assim, uma excelente oportunidade de obter uma titulação universitária de primeiro nível, ao mesmo tempo que concilia as responsabilidades pessoais e/ou profissionais diárias.

Este **Curso de Copywriting** 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
- ♦ 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



*“Aprimore as suas habilidades para se tornar um copywriter de destaque e ingressar em grandes agências de publicidade especializadas”*

“

*Tem acesso a uma biblioteca de recursos pedagógicos 24 horas por dia, 7 dias por semana”*

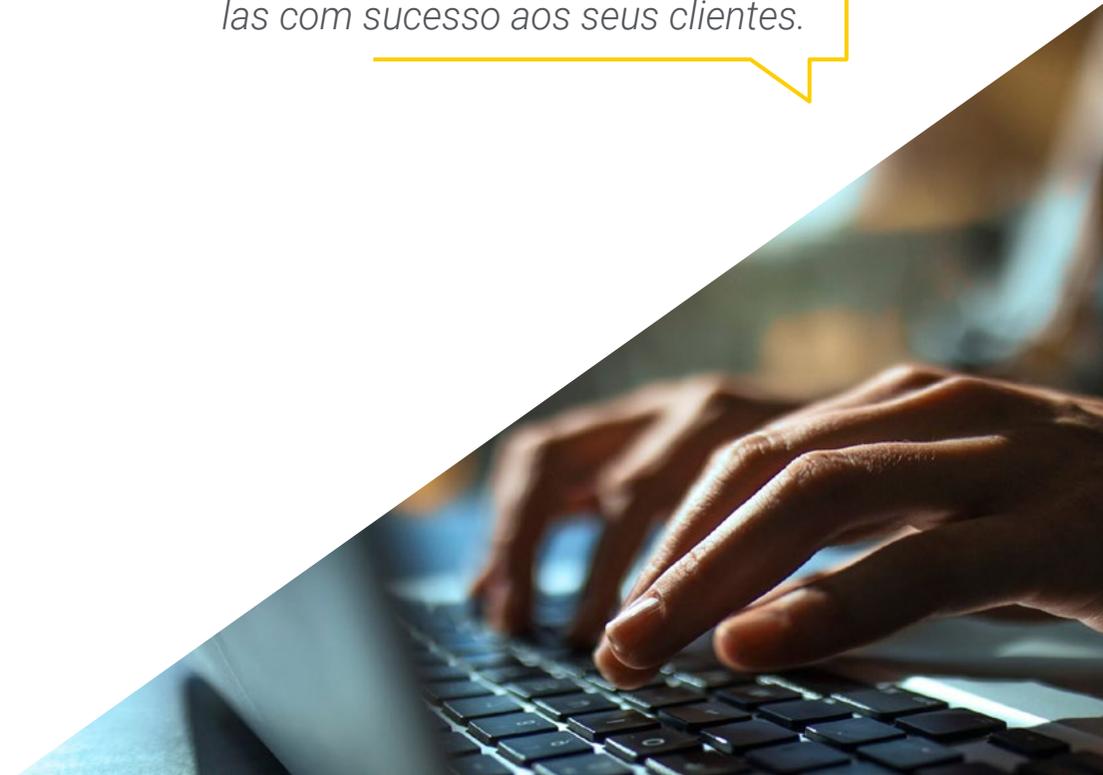
O curso inclui no seu corpo docente, profissionais do setor que trazem a experiência do seu trabalho para esta formação, bem como especialistas reconhecidos das principais sociedades e universidades de prestígio.

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.

*Dominará as principais fórmulas de redação de copy utilizadas pelos melhores profissionais do setor.*

*Com este programa, aprenderá a criar excelentes narrativas e a apresentá-las com sucesso aos seus clientes.*



# 02 Objetivos

O objetivo deste Curso é fornecer ao aluno as informações mais relevantes e atuais sobre o *Copywriting*. Desta forma, este programa abrirá um mundo de possibilidades num setor em ascensão. Para alcançar esse objetivo com sucesso, contará com vasto material didático e uma equipa docente especializada com muitos anos de experiência nesta área profissional.





“

*Potencie as suas competências criativas e persuasivas com os inúmeros exemplos que esta titulação universitária lhe oferece”*



## 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

---

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

“

*Aprofunde-se quando quiser nos últimos avanços em neuromarketing, marketing geracional e neurocopywriting”*

03

# Direção do curso

Os alunos que cursarem esta titulação terão à sua disposição uma excelente equipa de especialistas em Comunicação, Marketing e, o mais importante, em *Copywriting*. Graças à sua vasta experiência neste setor, o aluno dispõe de um programa avançado e muito útil no ambiente digital atual. Além disso, graças à proximidade dos professores, poderá esclarecer qualquer dúvida que tenha sobre o conteúdo deste programa.



“

*Conta com um corpo docente com ampla experiência em Comunicação, Marketing e Copywriting, com o qual poderá esclarecer qualquer dúvida que tenha sobre o programa”*

## Direção



### Sra. Elena Peinador Cabrera

- ♦ Copywriter, Formadora e Diretora Criativa
- ♦ Empreendedora com a marca pessoal [www.elenapeinador.com](http://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 Autònoma 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 Neurosensor
- ♦ 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 RRLL e RRHH pela Universidade Europeia
- ♦ Licenciatura em Filologia Hispânica
- ♦ Licenciatura Superior em Administração e Finanças pela CEEDCV

04

# Estrutura e conteúdo

Este programa universitário foi concebido para oferecer aos profissionais da comunicação os conceitos-chave sobre *Copywriting*, bem como as técnicas para a redação persuasiva e as ferramentas para criar o seu próprio site, portfólio ou propostas de projetos para captar novos clientes. Um amplo programa intensivo, complementado por inúmeros recursos didáticos adicionais aos quais terá acesso 24 horas por dia, 7 dias por semana.



“

*Uma experiência de aprendizagem única,  
fundamental e decisiva para impulsionar  
o seu desenvolvimento profissional”*

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

- 1.1. Descobrimo 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. Aspetos 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. Pesquise 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. O *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 curação 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

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

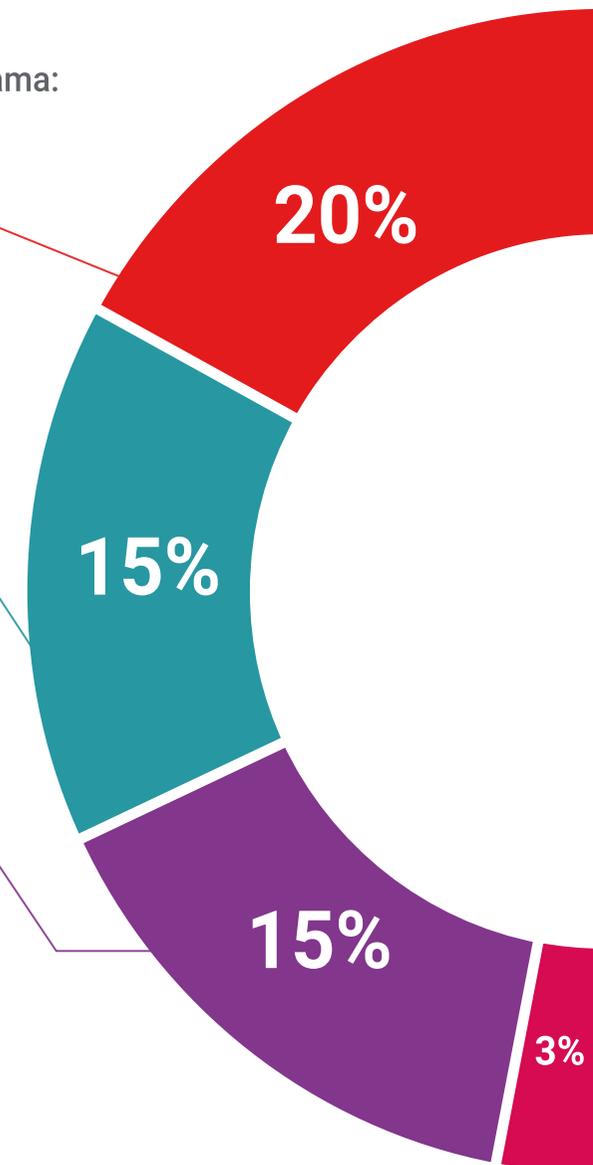
Apresentamos os conteúdos de forma atrativa e dinâmica em ficheiros multimédia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceptuais a fim de reforçar o conhecimento.

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.



05

# Certificação

O Curso de Copywriting 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** 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**

Modalidade: **online**

Duração: **12 semanas**

Acreditação: **12 ECTS**





Curso

Copywriting

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

# Curso Copywriting

