

Programa Avançado

Copywriting para Conteúdos Digitais



Programa Avançado

Copywriting para Conteúdos Digitais

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-copywriting-conteudos-digitais

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 16

05

Metodologia

pág. 22

06

Certificado

pág. 30

01

Apresentação

É inegável que a Internet oferece um leque de possibilidades para as empresas digitais. Consequentemente, seus próprios sites, seus perfis em redes sociais ou e-mails representam as principais formas de atração de clientes e geração de vendas. É um universo completo, no qual o *copywriter* deve dominar para tornar atraente uma página, melhorar a experiência do usuário e alcançar a finalidade de compra. São objetivos que podem ser almejados com mais facilidade graças a este programa 100% online, ministrado por grandes especialistas em *Copywriting*. Um programa que disponibiliza os conteúdos mais avançados relativos às técnicas de escrita persuasiva voltadas para o conteúdo digital, criação de funis de vendas e *UX Writing*. Tudo isso em apenas 6 meses e em um formato 100% virtual.



“

Transforme-se com a TECH em um verdadeiro copywriter, produzindo conteúdo digital de qualidade”

A nova realidade digital induziu as empresas a transformarem suas estratégias comerciais, direcionando o seu discurso à resolução dos problemas de seus clientes e apresentando soluções alternativas para além do produto. Além disso, levar adiante este trabalho no universo colossal da Internet exige um domínio primoroso da escrita persuasiva, sua adaptação aos diferentes canais existentes e as linhas de ação mais eficazes para as vendas.

Diante desse contexto, o *copywriter* surge como o profissional mais requisitado para a conquista do sucesso nessa nova configuração socioeconômica. Por essa razão, a TECH decidiu potencializar as carreiras de todos os profissionais de comunicação que almejam ingressar nesse segmento com segurança, com o lançamento do Programa Avançado de *Copywriting* para Conteúdos Digitais.

Trata-se de uma capacitação, elaborada por especialistas com vasta experiência profissional nessa área que ensinarão aos alunos como escrever textos persuasivos nas mais diversas partes de um site e como criar um *storytelling* genuíno e bem-sucedido nas redes sociais. Todos esses recursos são acompanhados por uma grande quantidade de materiais complementares para que o aluno se aprofunde de forma dinâmica no e-mail marketing e na criação de funis de vendas.

Igualmente, em função do método *Relearning*, baseado na repetição de conteúdos, é possível que o aluno aprenda de forma muito mais objetiva e simplificada, reduzindo consideravelmente as inúmeras horas de estudo tão comuns em outros sistemas de ensino.

Desse modo, a TECH proporciona uma excelente oportunidade de aperfeiçoamento em *Copywriting* através de um Programa Avançado flexível e prático. Tudo o que o aluno precisa é de um dispositivo eletrônico com conexão à Internet para visualizar o programa de estudos que se encontra na plataforma virtual. Uma opção ideal para combinar as responsabilidades mais exigentes com um programa altamente qualificado.

Este **Programa Avançado de Copywriting para Conteúdos Digitais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Comunicação, Marketing e Copywriting
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático do plano de estudos oferece informações técnicas e práticas sobre aquelas disciplinas que são essenciais para o exercício profissional
- ♦ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ♦ Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Execute com sucesso as melhores estratégias de funil de vendas utilizando as dicas apresentadas pelos maiores especialistas no assunto"

“

Seus e-mails de vendas terminam na caixa de spam? Saiba como evitar isso com as orientações contidas neste programa”

O corpo docente do programa conta com profissionais da área, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Dê um toque especial aos seus serviços de copywriter e especialize-se em UX Writer com este programa.

Além de melhorar sua redação, você também vai aprimorar seu SEO para potencializar ao máximo o seu posicionamento na internet. Matricule-se agora.



02

Objetivos

O objetivo deste Programa Avançado é fornecer as técnicas de redação e os recursos indispensáveis para gerar propostas de valor e produzir conteúdos persuasivos para sites, redes sociais e campanhas de vendas através do e-mail marketing. Tudo isso de maneira simplificada, em função dos inúmeros recursos didáticos adicionais oferecidos pela TECH, que proporcionam uma visão teórica e prática do Copywriting para Conteúdos Digitais.



“

Neste programa existem diversos exemplos inspiradores para a criação de conteúdo digital da mais alta qualidade”



Objetivos gerais

- ♦ Proporcionar uma aprendizagem abrangente e detalhada da profissão de *copywriter* nas mais variadas vertentes
- ♦ Apresentar as diversas áreas nas quais o *Copywriting* se insere: sites, anúncios, lançamentos ou marketing de conteúdo
- ♦ Disponibilizar um sistema de estudo detalhado para a construção do *branding* de determinadas marcas com o Manual de Identidade Verbal
- ♦ Disponibilizar um estudo abrangente sobre psicologia, neuromarketing e *neurocopywriting*
- ♦ Adquirir um conhecimento mais aprofundado sobre a relação entre linguagem e persuasão, emoção e benefício
- ♦ Capacitar especialistas em *Copywriting* para que possam planejar conteúdos e escrever para qualquer uma das principais redes sociais da atualidade
- ♦ Preparar especialistas em gestão de atendimento ao cliente, comunicação interna e estratégias de captação de clientes B2B e B2C
- ♦ Viabilizar as ferramentas necessárias à execução de um funil de vendas em sua totalidade
- ♦ Disponibilizar ferramentas que possibilitem o desenvolvimento de um lançamento digital
- ♦ Exercitar a escrita persuasiva para artigos em blogs, roteiros de vídeo e *podcasts*
- ♦ Preparar *copywriters* que possam redigir anúncios para as principais redes sociais
- ♦ Capacitar os profissionais para trabalhar como *copywriters* autônomos desde o início, ou para prestar serviços a terceiros





Objetivos específicos

Módulo 1. *Copywriting* para a internet

- ♦ Aprender a criar ou revisar textos da Página Inicial, da seção Sobre mim, de Serviços e de Vendas
- ♦ Aprender a criar ou revisar textos de lojas online e páginas de produtos
- ♦ Explorar um setor específico do *Copywriting*: *UX Writing*
- ♦ Aprender a gerenciar e escrever todas as mensagens relacionadas à experiência online dos clientes

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

- ♦ Aprender o que é marketing de conteúdo e saber como aplicar o *Copywriting* em sua estratégia
- ♦ Conhecer as principais características das redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, Pinterest, Twitter) e aprender a escrever nas redes da forma mais eficaz possível
- ♦ Descrever as informações detalhadas dos roteiros de vídeo e *podcasts*, e saber como escrevê-los adequadamente
- ♦ Aprender como escrever artigos para blogs
- ♦ Aprender a gerenciar e escrever todas as mensagens relacionadas à experiência online dos clientes
- ♦ Compreender o que são *palavras-chave*, e como elas são empregadas
- ♦ Elaborar um cronograma de conteúdos
- ♦ Aprofundar-se no processo de avaliação dos resultados

Módulo 3. E-mail Marketing e os funis de venda

- ♦ Aprender os conceitos fundamentais do e-mail marketing como parte de uma estratégia
- ♦ Elaborar uma lista de assinantes
- ♦ Entender como ampliar uma lista de assinantes
- ♦ Identificar os objetivos alcançáveis com o e-mail marketing
- ♦ Aprender técnicas para garantir sua visibilidade nas caixas de entrada
- ♦ Aprender o que são funis de vendas e para que servem
- ♦ Aprender a gerenciar um funil de vendas mínimo
- ♦ Aprender a gerenciar um funil de vendas para lançamentos
- ♦ Distinguir o e-mail marketing, os chatbots e a comunicação pelo WhatsApp



Com as estratégias mais eficazes de e-mail marketing, você poderá criar listas de assinantes de qualidade"

03

Direção do curso

A TECH tem como princípio um ensino de qualidade e acessível a todos. Sendo assim, ela realiza um rigoroso processo de seleção para cada um dos professores que ministram seus programas. Dessa forma, os alunos terão a garantia do acesso às informações mais atualizadas e detalhadas sobre o *Copywriting* para Conteúdos Digitais através de excelentes profissionais com vasta experiência como *copywriter*, publicitários, escritores e *storytellers*. A proximidade entre eles permitirá que o aluno resolva qualquer dúvida que possa ter sobre o conteúdo deste programa.





“

A excelente equipe de professores irá contribuir para que seus objetivos como copywiter sejam alcançados com facilidade. Matricule-se agora"

Direção



Sr. José Berenguer Falcó

- ♦ Editor-chefe da Pcomponents e copywriter para agências e marcas profissionais
- ♦ Consultor de inovação da Barrabés.biz
- ♦ *Social Media* e Copywriter da Cacahuete Comunicación
- ♦ Editor-chefe da DiegoCoquillat.com
- ♦ Editor-chefe de 10 restaurantes
- ♦ Designer e editor da Difussion Media
- ♦ Redator SEO para diversas agências de comunicação
- ♦ Diretor de comunicação da Eco Expansion
- ♦ Chefe de Imprensa e Comunicação da Ordem dos Advogados de Elche
- ♦ Chefe do Departamento de Comunicação do Centro Europeu de Empresas Inovadoras de Elche
- ♦ Formado em Jornalismo

Professores

Sra. Irene Hernández Martín

- ♦ Assessora de comunicação da Barrabés
- ♦ Relações Públicas na Madison MK
- ♦ Relações Públicas na Cerealto Siro Food
- ♦ Formada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade de Valladolid

Sr. Adrián Egea

- ♦ Gestor de Redes Sociais e Comunicação Online na Cacahuete Comunicación
- ♦ Copywriter da PcComponentes
- ♦ Copywriter da Unancor
- ♦ Jornalista da TeleElx
- ♦ Formado em Jornalismo pela Universidad Miguel Hernández



04

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos deste programa foi elaborado para proporcionar, em apenas 6 meses, os conhecimentos mais abrangentes sobre *Copywriting* com foco na internet, redes sociais e e-mail marketing. Trata-se de um assunto indispensável atualmente no cotidiano dos *copywriters*. Para simplificar o processo de aprendizagem, os alunos terão acesso a resumos em vídeo de cada assunto, cases de sucesso e leituras específicas, que permitirão ampliar o excelente conteúdo obtido neste Programa Avançado.



“

Ao concluir este programa, você se tornará um profissional altamente qualificado em Copywriting para Conteúdos Digitais"

Módulo 1. Copywriting para a internet

- 1.1. A página inicial
 - 1.1.1. Funções da página inicial
 - 1.1.2. A proposta de valor
 - 1.1.3. A mensagem de marketing
 - 1.1.4. Os pontos em comum
 - 1.1.5. O corpo do texto
 - 1.1.6. Chamada à ação (call-to-action)
 - 1.1.7. Recursos
 - 1.1.8. Avaliação do site
- 1.2. A página sobre mim
 - 1.2.1. Funções da página sobre mim
 - 1.2.2. Estrutura
 - 1.2.3. Revelar quem está por trás da marca
 - 1.2.4. Recomendações
 - 1.2.5. Imprimir emoção
- 1.3. A página de serviços
 - 1.3.1. O principal objetivo da página de serviços
 - 1.3.2. A criação da oferta
 - 1.3.3. Os tipos de oferta
 - 1.3.4. A estrutura da página de serviços
- 1.4. A carta ou a página de vendas
 - 1.4.1. A importância e função da página de vendas
 - 1.4.2. Landing page x Página de vendas
 - 1.4.3. Estrutura e elementos-chave das carta de vendas
 - 1.4.4. Páginas de vendas em formatos de vídeo
 - 1.4.5. Outras páginas de destino ou landing page
- 1.5. Páginas de lojas online e listas dos produtos
 - 1.5.1. Características gerais das lojas online
 - 1.5.2. Estutura do e-commerce
 - 1.5.3. A importância das listas dos produtos
 - 1.5.4. Como elaborá-las para vender mais





- 1.6. O *UX Writing* ou como melhorar a experiência do usuário através dos seus textos?
 - 1.6.1. Noções sobre o *UX Writing*
 - 1.6.2. O que é o *UX Writing*?
 - 1.6.3. As diferenças entre o *UX Writing* e o *Copywriting*
 - 1.6.4. *Microcopy* e *UX Writing*
- 1.7. O *UX Writing* e o *engagement* com a marca
 - 1.7.1. *Integrações*
 - 1.7.2. Botões de chamada à ação
 - 1.7.3. Descrições dos produtos
 - 1.7.4. Formulários
 - 1.7.5. Mensagens de confirmação
 - 1.7.6. Mensagens de recuperação de senha e validação de e-mail
 - 1.7.7. Mensagens de êxito
 - 1.7.8. Estados vazios (*empty states*)
 - 1.7.9. Mensagens de timeout
 - 1.7.10. Página de perguntas frequentes
 - 1.7.11. Mensagens de erro
- 1.8. A inclusão e a diversidade no *UX Writing*
 - 1.8.1. A importância da acessibilidade em nossos textos
 - 1.8.2. Diversidade de público e experiência do usuário
 - 1.8.3. O papel da linguagem na experiência do usuário
 - 1.8.4. Diretrizes para escrever nossos textos de forma inclusiva
- 1.9. Acessibilidade e *UX Writing*
 - 1.9.1. A importância da acessibilidade nos textos
 - 1.9.2. Como tornar os nossos textos mais acessíveis
 - 1.9.3. Leitores de tela
 - 1.9.4. O atributo ALT
- 1.10. O *UX Writer* como uma especialização
 - 1.10.1. O perfil do *UX Writer*
 - 1.10.2. Competências obrigatórias
 - 1.10.3. Recursos úteis
 - 1.10.4. Reflexão final

Módulo 2. Copywriting para marketing de conteúdo e redes sociais

- 2.1. Compreendendo a nova forma de vender
 - 2.1.1. O que é marketing de conteúdo?
 - 2.1.2. Tipos de conteúdo que podem ser criados
 - 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. Cases de sucesso
 - 2.1.10. Artigos convidados
 - 2.1.11. Infográficos, estatísticas ou gráficos
- 2.2. Ferramentas para produzir ideias de conteúdo
 - 2.2.1. Ferramentas online específicas
 - 2.2.2. Chat GPT
 - 2.2.3. Reciclagem de conteúdos
 - 2.2.4. Organização de conteúdos
 - 2.2.5. FAQ (Perguntas Frequentes)
- 2.3. Redes Sociais: as grandes aliadas do *Copywriting*
 - 2.3.1. Copywriting para redes sociais
 - 2.3.2. Identificando a concorrência
 - 2.3.3. Conhecendo os seus seguidores
 - 2.3.4. Coletar feedback
- 2.4. Características de cada rede social
 - 2.4.1. *Copy* para o Facebook
 - 2.4.2. *Copy* para o Instagram
 - 2.4.3. *Copy* para o Pinterest
 - 2.4.4. *Copy* para o TikTok
- 2.5. *Copywriting* para o LinkedIn
 - 2.5.1. O *copy* para anúncios
 - 2.5.2. O *copy* para perfis
 - 2.5.3. O *copy* na seção “Sobre”
 - 2.5.4. Gêneros de conteúdo para publicação
 - 2.5.5. Outros elementos de uma rede profissional
- 2.6. *Copywriting* para roteiros de áudio e vídeo
 - 2.6.1. Áudio ou vídeo
 - 2.6.2. *Videocast*: o melhor dos dois mundos
 - 2.6.3. Como produzir vídeos para o Youtube?
 - 2.6.4. A importância da elaboração de roteiros para *podcasts*
 - 2.6.5. Passo a passo para elaborar um roteiro de podcast
 - 2.6.6. Avaliar e converter através da estratégia de podcast
- 2.7. Copywriting para blogs
 - 2.7.1. Conheça o seu público - o que você gostaria de ler?
 - 2.7.2. A escolha das palavras
 - 2.7.3. Como estruturar um artigo?
 - 2.7.4. A escolha das imagens
 - 2.7.5. Como melhorar o SEO?
- 2.8. *Palavras-chave* para uma estratégia de SEO
 - 2.8.1. Fontes de *palavras-chave*
 - 2.8.2. Ferramentas de *pesquisa de palavras-chave*
 - 2.8.3. Organize sua *pesquisa por palavras-chave*
 - 2.8.4. *Intenção de Busca*
 - 2.8.5. *Jornada do Comprador*
 - 2.8.6. Analize a SERP
- 2.9. O programa de conteúdos
 - 2.9.1. Análise situacional
 - 2.9.2. Definição de objetivos e KPI
 - 2.9.3. Público-alvo
 - 2.9.4. Definição da estratégia de conteúdo
 - 2.9.5. Definição de campanhas
 - 2.9.6. Calendário editorial
 - 2.9.7. Avaliação de resultados

- 2.10. *Copy no merchandising, embalagens* de produtos e em outros formatos físicos
 - 2.10.1. As vantagens do *copy* nos formatos físicos
 - 2.10.2. Embalagens e rótulos
 - 2.10.3. Publicidade e cartazes
 - 2.10.4. Documentos e recibos
 - 2.10.5. Loja, escritório ou estabelecimento físico

Módulo 3. E-mail Marketing e funis de venda

- 3.1. Características básicas do e-mail marketing
 - 3.1.1. O que é e-mail marketing?
 - 3.1.2. Características
 - 3.1.3. Estruturas
 - 3.1.4. Tipos de e-mail
- 3.2. Como elaborar uma lista de assinantes desde o início?
 - 3.2.1. Estratégias para a criação de uma lista
 - 3.2.2. Canais de Suporte
 - 3.2.3. Ferramentas do e-mail marketing
 - 3.2.4. Frequência dos e-mails
- 3.3. Como redigir e-mails conforme os objetivos?
 - 3.3.1. Conteúdo dos e-mails
 - 3.3.2. E-mails sobre a experiência dos usuários
 - 3.3.3. E-mails de vendas
 - 3.3.4. Fontes de inspiração dos conteúdos
- 3.4. Como garantir a sua visibilidade nas caixas de entrada?
 - 3.4.1. Fórmulas para a criação de títulos
 - 3.4.2. Exemplo das primeiras sequências de e-mail de assinaturas de e-mail
 - 3.4.3. Exemplo de e-mail corporativo
 - 3.4.4. Como evitar que o e-mail seja enviado para a caixa de spam?
- 3.5. Como realizar vendas com e-mail marketing?
 - 3.5.1. Em que consiste a venda por e-mail marketing?
 - 3.5.2. Exemplos de sequências de e-mail
 - 3.5.3. Exemplos de e-mail de acompanhamento
 - 3.5.4. Exemplos de e-mail de venda e pós-venda
- 3.6. Outros aspectos a serem considerados
 - 3.6.1. A dimensão
 - 3.6.2. A mensuração
 - 3.6.3. A personalização
 - 3.6.4. Horário de envio
- 3.7. Funil de vendas: funil mínimo viável
 - 3.7.1. Componentes necessários para a criação de um funil de vendas
 - 3.7.2. Ímã de leads no funil de vendas
 - 3.7.3. Impulsionar seu funil de forma orgânica
 - 3.7.4. Publicidade para o funil de vendas. Elevando seu funil a um patamar superior
- 3.8. Funis permanentes
 - 3.8.1. Razões para ter um funil de vendas automático
 - 3.8.2. Componentes que permitem a manutenção e a otimização do seu funil
 - 3.8.3. Manutenção, revisões e análises
 - 3.8.4. Fechamento do funil de vendas
- 3.9. Funis para lançamentos
 - 3.9.1. Como preparar seu lançamento?
 - 3.9.2. Funis e modalidades de lançamento em tempo real
 - 3.9.3. Publicidade exclusiva para lançamentos
 - 3.9.4. Como transformar seu funil em um lançamento *evergreen*?
- 3.10. E-mail marketing x *Chatbot* ou WhatsApp
 - 3.10.1. As vantagens dos *chatbots*
 - 3.10.2. As vantagens do e-mail marketing
 - 3.10.3. Como personalizar mensagens através da segmentação?
 - 3.10.4. O WhatsApp consegue reforçar a sua estratégia de marketing por e-mail?

05

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

O aluno aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, entre todas as universidades online do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH o aluno aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os diretores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



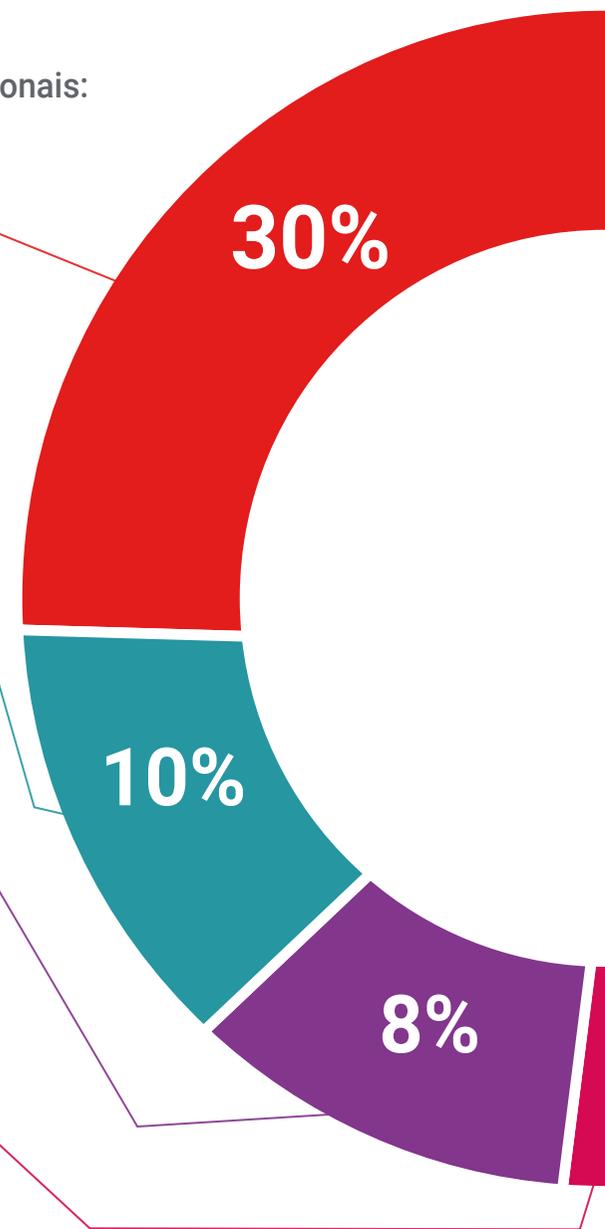
Práticas de habilidades e competências

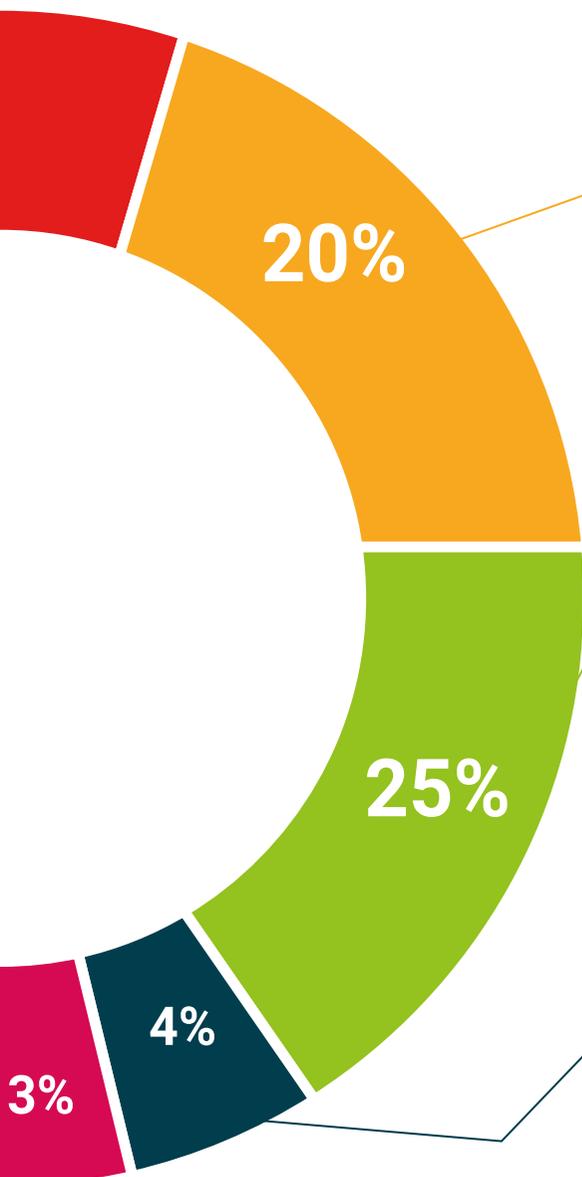
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



06

Certificado

O Programa Avançado de Copywriting para Conteúdos Digitais garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Programa Avançado de Copywriting para Conteúdos Digitais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Programa Avançado, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Copywriting para Conteúdos Digitais**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



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

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compreensão
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento sustentável

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado
Copywriting para
Conteúdos Digitais

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Programa Avançado

Copywriting para
Conteúdos Digitais



NEWS