

# Certificat Avancé

Copywriting pour les  
Annonces, les Pitches  
et le Service Client



## Certificat Avancé Copywriting pour les Annonces, les Pitches et le Service Client

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtute.com/fr/journalisme-et-communication/diplome-universite/diplome-universite-copywriting-annonces-pitches-service-client](http://www.techtute.com/fr/journalisme-et-communication/diplome-universite/diplome-universite-copywriting-annonces-pitches-service-client)

# Sommaire

01

Présentation

---

Page 4

02

Objectifs

---

Page 8

03

Direction de la formation

---

Page 12

04

Structure et contenu

---

Page 16

05

Méthodologie

---

Page 22

06

Diplôme

---

Page 30

# 01

# Présentation

Le volume du commerce numérique a augmenté ces dernières années en raison d'un engagement fort des utilisateurs à passer une grande partie de leur temps chaque jour à surfer sur Internet, à partager des informations ou à rechercher des sites web où ils peuvent acheter des produits. Un espace idéal pour la vente, qui a dynamisé le rôle du *copywriter*. Un profil qui doit maîtriser l'écriture persuasive et les stratégies d'acquisition de clients. C'est l'objet de ce programme 100 % en ligne, enseigné par une excellente équipe de spécialistes du *Copywriting*. Une qualification avancée dans la création de publicités, de pitches et des meilleures techniques pour servir les clients. Une occasion unique de se développer professionnellement dans un secteur en pleine expansion.



“

*Apprenez à faire un pitch efficace du début à la fin grâce au Certificat Avancé 100% en ligne”*

L'Internet a généré de nouvelles formes de communication, de nouveaux langages et de nouvelles alternatives pour capter l'attention des utilisateurs et des clients. Une transformation dans laquelle le *copywriting* a su combiner l'écriture persuasive et la psychologie orientée vers la vente.

Dans cet espace, les entreprises numériques prolifèrent et la lutte pour la différenciation devient encore plus évidente. C'est là que les compétences et les capacités des *copywriters* entrent en jeu lorsqu'il s'agit de créer des publicités sur différents canaux, de lancer des produits ou de s'occuper des clients. Ce Certificat Avancé a été créé pour les promouvoir, en fournissant aux étudiants les techniques de persuasion et les outils de création de contenu nécessaires pour évoluer dans un secteur en pleine expansion.

Il s'agit d'un programme avec une perspective théorique-pratique qui amènera le diplômé à connaître les nombreuses formules d'écriture avec le *Copywriting*, l'élaboration du storytelling, les structures les plus efficaces pour communiquer avec un client ou les stratégies pour réaliser un lancement. Le tout est complété par des résumés vidéo de chaque matière, des vidéos détaillées, des lectures spécialisées et des success stories de grandes entreprises comme Amazon, Apple, Zara ou British Airways.

Il s'agit d'une magnifique opportunité de devenir un spécialiste entre les mains de véritables experts dans ce domaine, dont la vaste expérience professionnelle est une garantie pour les étudiants qui suivent ce diplôme universitaire.

Ainsi, TECH ouvre un éventail de possibilités d'emploi pour les communicateurs qui souhaitent axer leur carrière sur le *Copywriting* dans les meilleures agences de publicité ou en mode freelance. En outre, grâce à une option académique flexible à laquelle vous pouvez accéder confortablement, quand et comme vous le souhaitez, à partir d'un téléphone portable, d'une tablette ou d'un ordinateur avec une connexion à internet.

Ce **Certificat Avancé en Copywriting pour les Annonces, les Pitches et le Service Client** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Communication, Marketing et Copywriting
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique de l'ouvrage fournit des informations techniques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ L'accent mis sur les méthodologies de création de scénarios sous forme de séries
- ♦ L'accent mis sur les méthodologies innovantes
- ♦ Les cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et le travail de réflexion individuel
- ♦ La disponibilité de l'accès au contenu à partir de n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion à l'internet



*Vous serez capable d'utiliser un langage émotionnel avec un maximum d'excellence pour persuader et augmenter les ventes"*

“

*Découvrez les succès des publicités en ligne et les formules utilisées par les copywriters pour y parvenir. Inscrivez-vous maintenant”*

Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent à ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire, un environnement simulé qui fournira une formation immersive programmée pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

*Vous avez à portée de main tous les outils nécessaires pour créer des titres percutants et captiver le futur acheteur.*

*En seulement 6 mois, vous serez un spécialiste de la création d'annonces et du lancement grâce aux techniques de copywriting les plus efficaces.*



# 02

# Objectifs

Tout au long de ce Certificat Avancé, le professionnel obtiendra un apprentissage qui peut être intégré dans son travail quotidien dans le développement de campagnes publicitaires en ligne, de stratégies et de développement de lancement. Pour ce faire, ils auront accès à des ressources pédagogiques dans lesquelles TECH a utilisé les dernières technologies appliquées à l'enseignement universitaire. De plus, vous pourrez atteindre vos objectifs avec succès grâce au soutien de véritables experts dans le secteur du *copywriting*.



04





“

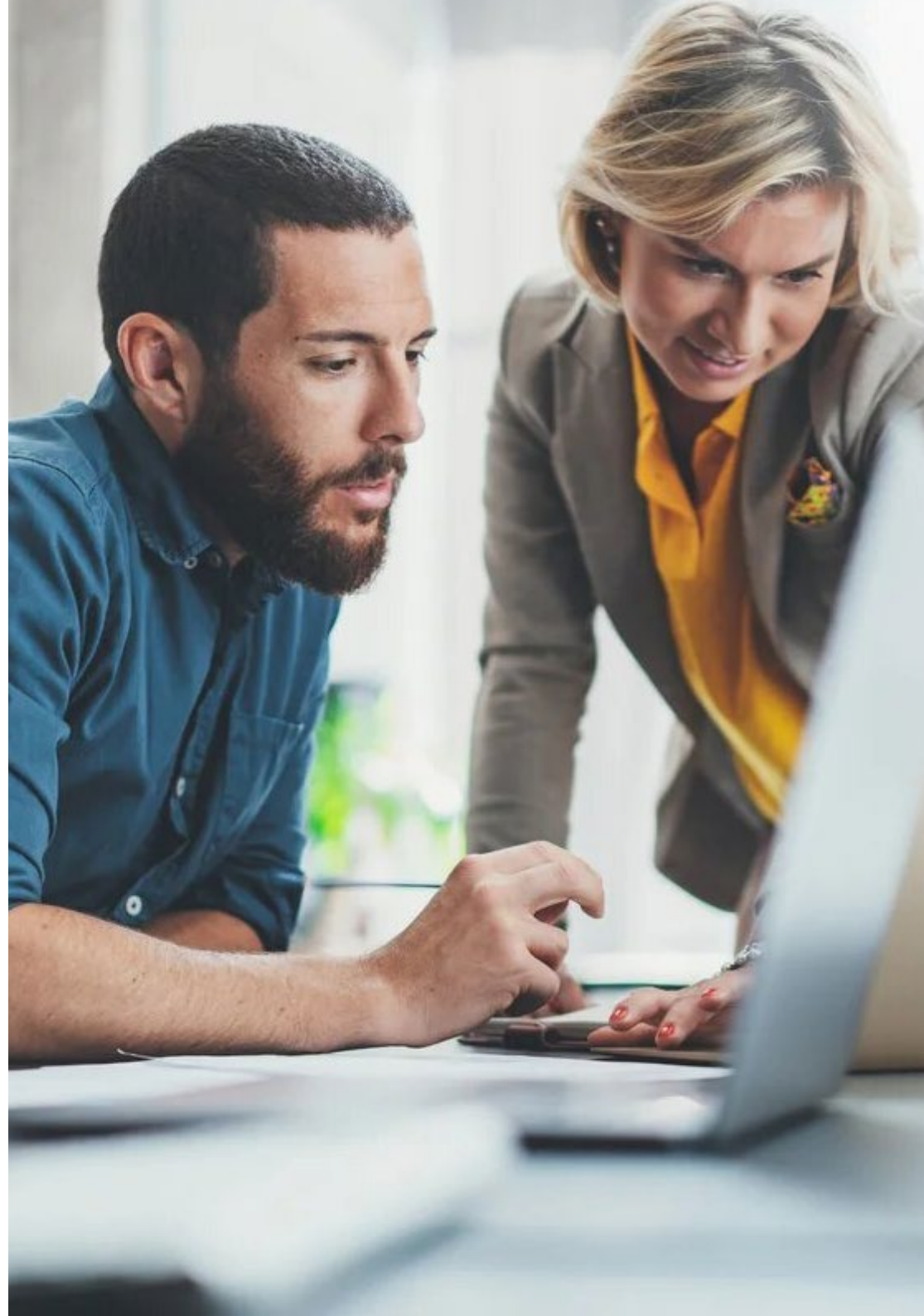
*Vous saurez comment améliorer votre service client avec le Copywriting grâce à ce programme universitaire. Faites le grand saut et inscrivez-vous dès maintenant”*



## Objectifs généraux

---

- ♦ Offrir un apprentissage large et approfondi de la profession de *copywriter* sous ses différentes facettes
- ♦ Montrer les différents domaines dans lesquels est appliqué le *Copywriting*: pages web, publicités,ancements ou marketing de contenu
- ♦ Offrir un système d'approfondissement pour la création d'un branding pour une marque avec le Manuel de l'Identité Verbale
- ♦ Offrir une étude complète sur la psychologie, le neuromarketing et le *neurocopywriting*
- ♦ Acquérir des connaissances approfondies sur la relation entre le langage et la persuasion, l'émotion et le profit
- ♦ Instruire les experts en *Copywriting* afin qu'ils soient en mesure d'élaborer un plan de contenu et de rédiger pour l'un des principaux réseaux sociaux d'aujourd'hui
- ♦ Former des experts en gestion du service à la clientèle, en communication interne, en stratégies d'acquisition de clients B2B et B2C
- ♦ Fournir les outils pour savoir comment gérer un tunnel de vente du début à la fin
- ♦ Offrir les outils pour savoir comment développer un lancement numérique
- ♦ Former à la rédaction persuasive d'articles de blog, de scripts vidéo, de scripts pour podcasts
- ♦ Former des *copywriters* pour pouvoir rédiger des publicités pour les principaux réseaux sociaux
- ♦ Former pour pouvoir travailler en tant que *copywriter* indépendant dès la première minute, ou pour pouvoir travailler pour des tiers





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Vente, service client et *Copywriting*

- ♦ Apprendre pourquoi les techniques de persuasion sont importantes en *Copywriting*
- ♦ Savoir ce qu'est le langage de l'émotion et comment il est utilisé
- ♦ En savoir plus sur la façon d'utiliser le langage du bénéficiaire
- ♦ Apprendre des exemples réels des langages de persuasion
- ♦ Apprendre à augmenter les ventes avec autorité et confiance
- ♦ Découvrez comment appliquer le *Copywriting* dans le service client
- ♦ Apprendre à gérer la communication dans des situations difficiles
- ♦ Reconnaître l'importance de la communication interne
- ♦ Apprendre à aborder une présentation B2B
- ♦ Apprendre ce qu'est un CRM et comment y appliquer le *Copywriting* à son domaine

### Module 2. *Copywriting* pour lancements

- ♦ Comprendre ce qu'est un lancement et à quoi il sert
- ♦ Identifier les types de lancement existants
- ♦ Connaître toutes les étapes d'un lancement
- ♦ Comprendre comment appliquer le *Copywriting* à chaque étape du lancement
- ♦ Connaître tous les éléments de *Copywriting* impliqués dans un lancement
- ♦ Gérer les résultats en temps réel des différentes phases du lancement et agir en conséquence
- ♦ Connaître les outils qui aident à gérer un lancement avec succès
- ♦ Savoir ce qu'il faut faire après le lancement

### Module 3. *Copywriting* pour publicités

- ♦ Réfléchir aux changements entre la publicité classique et la nouvelle publicité
- ♦ Connaître le rapport entre la figure du *copywriter* et la publicité
- ♦ Comprendre ce qu'est le plan de médias sociaux
- ♦ Connaître l'étape par étape avant de rédiger des publicités
- ♦ Apprendre à créer des textes publicitaires pour Youtube Ads, Facebook Ads, TikTok ads, Twitter Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads, Amazon Ads, Google Ads et la publicité dans les *stories*



*Une campagne n'est pas vraiment réussie si vous ne l'analysez pas correctement. Ce programme vous donnera les derniers outils de mesure en matière de suivi des performances*

03

# Direction de la formation

La polyvalence caractérise l'équipe de professionnels qui composent ce diplôme. Ils disposent d'une vaste expérience professionnelle dans le monde du *copywriting*. Ils ont réussi à réunir en 450 heures de cours, l'apprentissage le plus avancé dans ce secteur orienté vers la création d'annonces et de lancements de produits. Une expérience académique très utile pour les diplômés qui cherchent à progresser dans ce domaine sous la direction de véritables experts.





“

*Résolvez tous vos doutes  
avec les meilleurs experts  
en Copywriting du moment”*

## Direction



### M. Berenguer Falcó, José

- ♦ Rédacteur en Chef de PcComponentes et Copywriter pour des agences professionnelles et des marques
- ♦ Consultant en Innovation chez Barrabés.biz
- ♦ Social Media et Copywriter à Cacahuete Comunicación
- ♦ Rédacteur en Chef de DiegoCoquillat.com
- ♦ Rédacteur en Chef de 10 Restaurants
- ♦ Maquettiste et Rédacteur chez Difussion Media
- ♦ Rédacteur SEO pour plusieurs agences de communication
- ♦ Directeur de la Communication chez Eco Expansion
- ♦ Responsable de la Presse et de la Communication à l'Ordre des Avocats d'Elche
- ♦ Chef du Département de Communication du Centre Européen des Entreprises Innovantes d'Elche
- ♦ Licence en Journalisme

## Professeurs

### Mme Mas Valle, Alba

- ♦ Rédactrice de contenu pccomponentes.com
- ♦ Rédactrice de contenu pour des agences de communication
- ♦ Professeur dans le Grupo Sorolla
- ♦ Coordinatrice et animatrice d'activités multidisciplinaires à l'Université Miguel Hernández
- ♦ Licence en Sciences Sociosanitaires
- ♦ Master en Enseignement Secondaire
- ♦ Experte universitaire en gestion d'équipe et gestion des talents
- ♦ Cycle Supérieur en Promotion de l'Égalité de genre
- ♦ Programme accéléré de Copywriting à Six Chiffres de l'AWAI



### Mme Sycheva, Mila

- ◆ Responsable de la diversification chez Distrito Digital Comunidad Valenciana
- ◆ Responsable des exportations chez TheSize Surfaces
- ◆ Gestion des *key accounts* pour Stonehegen Europe
- ◆ Professeure associée à l'Université Miguel Hernández
- ◆ Licence en ADE de l'Université de Alicante
- ◆ Master Exécutif en Intelligence Artificielle
- ◆ Master MBA de l'Université Miguel Hernández

“

*Une expérience de formation  
unique, clé et décisive pour stimuler  
votre développement professionnel”*

# 04

## Structure et contenu

L'efficacité du système *Relearning*, basé sur la répétition continue des concepts clés, conduira sans aucun doute les étudiants à obtenir un véritable apprentissage. Ils pourront ainsi apprendre les principes de la persuasion, les formules d'écriture avec le Copywriting, la construction de l'autorité commerciale ou les outils de gestion d'un lancement. Un programme complet axé sur l'apport de connaissances d'une grande utilité pratique qui favoriseront la carrière professionnelle du diplômé.





“

*Il n'y a pas de présence en classe ni de cours avec des horaires fixes. Vous avez la liberté de gérer votre propre temps d'étude et d'accéder à un programme de qualité quand vous le souhaitez”*

## Module 1. Vente, service client et Copywriting

- 1.1. La persuasion dans le *Copywriting* pour augmenter les ventes
  - 1.1.1. Pourquoi il est important d'utiliser la persuasion dans le *Copywriting*
  - 1.1.2. Les principes de base de la persuasion et leur application en *Copywriting*
  - 1.1.3. Différence entre persuader, influencer et manipuler
  - 1.1.4. Analyse d'un auteur de référence
- 1.2. Les besoins et les désirs du client dans la persuasion
  - 1.2.1. Techniques de persuasion, langage émotionnel et langage du profit
  - 1.2.2. Leurs applications
  - 1.2.3. Pourquoi il est important d'utiliser les besoins et les désirs des clients dans le *Copywriting*
  - 1.2.4. Identifier les désirs des clients
- 1.3. Le rôle du langage du bénéfice dans le *Copywriting* dans la persuasion
  - 1.3.1. Pourquoi il est important d'utiliser le langage du profit dans le *Copywriting*
  - 1.3.2. Identifier les avantages du produit ou du service
  - 1.3.3. Utiliser le langage du profit dans le *Copywriting* et augmenter les ventes
  - 1.3.4. Comment utiliser les témoignages de clients pour accroître la confiance
- 1.4. Le rôle du langage émotionnel dans le *Copywriting*
  - 1.4.1. Pourquoi le langage émotionnel est important dans le *Copywriting*
  - 1.4.2. Identifier les émotions du client
  - 1.4.3. Comment utiliser le langage émotionnel pour persuader et augmenter les ventes?
  - 1.4.4. Les émotions les plus couramment utilisées dans le *Copywriting* pour la vente
- 1.5. *Copywriting* pour augmenter les ventes: autorité et confiance
  - 1.5.1. Comment utiliser le *Copywriting* pour renforcer votre autorité en matière de vente?
  - 1.5.2. Construire son autorité en *Copywriting*, avec démonstration et expérience
  - 1.5.3. Construire la confiance dans le *Copywriting*, par la transparence et l'honnêteté
  - 1.5.4. Raisons pour lesquelles la confiance est importante en *Copywriting*
- 1.6. Comment améliorer votre service client grâce au *Copywriting*
  - 1.6.1. Comment et pourquoi accueillir le client en utilisant le *Copywriting*
  - 1.6.2. Communication des incidents affectant le client
  - 1.6.3. Traitement des demandes de paiement et autres questions administratives
  - 1.6.4. Structure des communications avec le client à l'aide du *Copywriting*

- 1.7. Structures de base pour répondre rapidement à des situations compliquées
  - 1.7.1. Quand il faut dire NON à un client
  - 1.7.2. Quand il faut s'excuser
  - 1.7.3. Lorsque nous devons annoncer une mauvaise nouvelle
  - 1.7.4. Un cas réel
- 1.8. Le *copy* dans la communication interne
  - 1.8.1. L'importance de la communication interne: l'attention portée aux publics internes
  - 1.8.2. Les communications par courrier électronique
  - 1.8.3. Les communications sur un tableau visuel
  - 1.8.4. Communications formelles: signature du contrat ou fin du contrat
- 1.9. Présentations B2B ou aux investisseurs
  - 1.9.1. Qu'est-ce que *l'elevator pitch*?
  - 1.9.2. Comment l'élaborer?
  - 1.9.3. Préparer une présentation de l'entreprise
  - 1.9.4. Créer une vidéo de présentation de l'entreprise ou de la société
- 1.10. CRM et success stories bien mises en œuvre
  - 1.10.1. Qu'est-ce que le CRM?
  - 1.10.2. Le cas d'Apple
  - 1.10.3. Le cas d'Amazon
  - 1.10.4. Le cas de Zara
  - 1.10.5. Le cas de British Airways

## Module 2. Copywriting pour lancement

- 2.1. Comprendre ce qu'est un lancement et à quoi il sert
  - 2.1.1. Qu'est-ce qu'un lancement?
  - 2.1.2. Les éléments d'un lancement
  - 2.1.3. Différenciation
  - 2.1.4. Offre
  - 2.1.5. Les niveaux de conscience
  - 2.1.6. Une relation d'enthousiasme



- 2.2. Types de lancements
  - 2.2.1. Lequel choisir et pourquoi?
  - 2.2.2. Lancement « graine »
  - 2.2.3. Lancement R2X
  - 2.2.4. Lancement fulgurant
  - 2.2.5. *Product Launch Formula* (PLF)
  - 2.2.6. *Webinars*, ateliers ou masterclass
  - 2.2.7. Défis
  - 2.2.8. Lancements thématiques
  - 2.2.9. *High ticket*
- 2.3. Les phases d'un lancement
  - 2.3.1. Le pré-lancement
  - 2.3.2. La pré-vente
  - 2.3.3. La captation
  - 2.3.4. La séduction ou l'endoctrinement
  - 2.3.5. La vente
  - 2.3.6. La fermeture
  - 2.3.7. Le post-lancement
- 2.4. *Comment appliquer le Copywriting* à chaque phase de lancement
  - 2.4.1. Comment appliquer le *copy* dans la phase de captation
  - 2.4.2. Techniques de la phase de séduction
  - 2.4.3. Techniques de pré-vente et de vente
  - 2.4.4. Exemple de réussite
- 2.5. L'idée créative, pierre angulaire du lancement
  - 2.5.1. Qu'est-ce que le concept créatif?
  - 2.5.2. Formules de création du concept créatif
  - 2.5.3. La méthode pour percer sur le marché avec l'idée créative
  - 2.5.4. Exemples d'idées créatives qui ont fonctionné
- 2.6. Comment orchestrer un lancement
  - 2.6.1. Les éléments clés d'une orchestration de lancement réussie
  - 2.6.2. Disposer d'un tableau de bord
  - 2.6.3. Communication interne
  - 2.6.4. Suivi du lancement et du tableau de bord

- 2.7. Les éléments de marketing impliqués dans un lancement et leur fonction
  - 2.7.1. Pièces *copy* dans la phase de captation
  - 2.7.2. Pièces *copy* dans la phase de pré-lancement
  - 2.7.3. Pièces *copy* dans la phase de lancement
  - 2.7.4. Pièces *copy* dans la phase de vente
- 2.8. Mesurer un lancement en temps réel
  - 2.8.1. Mesures et indicateurs clés de performance (KPI)
  - 2.8.2. Les outils de mesure
  - 2.8.3. Le suivi des résultats
  - 2.8.4. L'analyse post-lancement
- 2.9. La phase du post-lancement
  - 2.9.1. Analyser et agir après la vente
  - 2.9.2. Stratégies pour satisfaire le client après la vente
  - 2.9.3. Stratégies pour augmenter le prix moyen du billet
  - 2.9.4. Stratégies pour fidéliser la clientèle
- 2.10. Outils pour gérer efficacement un lancement
  - 2.10.1. De la communication interne
  - 2.10.2. De la gestion et de l'organisation du projet
  - 2.10.3. D'optimisation de la productivité
  - 2.10.4. Pour l'hébergement de produits numériques
  - 2.10.5. Pour optimiser le système de référencement (SEO)
  - 2.10.6. Pour les diffusions en direct
  - 2.10.7. Pour les chaînes de contenu
  - 2.10.8. Autres

### Module 3. *Copywriting* pour publicités

- 3.1. La publicité classique et la nouvelle publicité
  - 3.1.1. Un peu d'histoire de la publicité
  - 3.1.2. La nouvelle publicité
  - 3.1.3. Les technologies du moment et l'opportunité pour la publicité
  - 3.1.4. Les tendances actuelles de la publicité en ligne
- 3.2. Le *copywriter* publicitaire et le plan de médias sociaux
  - 3.2.1. Les fonctions d'un *copywriter* publicitaire dans une agence
  - 3.2.2. Les types de *Copywriter*
  - 3.2.3. La stratégie social media
  - 3.2.4. Grands exemples de campagnes social media
- 3.3. La phase de recherche avant la rédaction
  - 3.3.1. Le client idéal ou *buyer* personne
  - 3.3.2. Pourquoi achètent-ils?
  - 3.3.3. L'étude de la concurrence
  - 3.3.4. Comment offrir ce que le client recherche
- 3.4. Les techniques psychologiques de rédaction
  - 3.4.1. Comment délivrer le message
  - 3.4.2. Comment communiquer le prix
  - 3.4.3. Utiliser les principes de persuasion de R. Cialdini
  - 3.4.4. Autres techniques efficaces en matière de publicité
  - 3.4.5. Divers conseils pour la rédaction des publicités
- 3.5. Youtube Ads
  - 3.5.1. Pourquoi faire de la publicité sur Youtube?
  - 3.5.2. Caractéristiques de la publicité sur Youtube
  - 3.5.3. Les formats et les types de publicité
  - 3.5.4. Scénario de création de publicités sur YouTube
- 3.6. Instagram Ads et Tik Tok Ads
  - 3.6.1. Générer des conversions avec le *copy* des Instagram Ads
  - 3.6.2. Exemples concrets de campagnes sur Instagram
  - 3.6.3. Générer des conversions avec le *copy* des Tik Tok Ads
  - 3.6.4. Exemples concrets de campagnes sur Tik Tok



- 3.7. LinkedIn Ads y Twitter Ads
  - 3.7.1. Obtenir des publicités plus efficaces sur LinkedIn Ads
  - 3.7.2. Exemples à suivre
  - 3.7.3. Obtenir des publicités plus efficaces sur Twitter Ads
  - 3.7.4. Exemples à suivre
- 3.8. Facebook Ads
  - 3.8.1. Comment créer une publicité sur Facebook
  - 3.8.2. Conseils pour les particularités de ce réseau social
  - 3.8.3. L'utilité du *copy* dans les publicités de Facebook
  - 3.8.4. Exemples concrets de campagnes
- 3.9. Google Ads y publicité dans les *stories*
  - 3.9.1. Éléments à prendre en compte pour la création de publicités sur Google
  - 3.9.2. Exemples de publicités dont le *copy* est vendeur sur Google
  - 3.9.3. Considérations relatives à la création de publicités dans les articles
  - 3.9.4. Exemples de *stories* dont le *copy* est vendeur
- 3.10. Amazon Ads
  - 3.10.1. Pourquoi faire de la publicité sur Amazon?
  - 3.10.2. Types de publicités sur Amazon
  - 3.10.3. Comment optimiser les publicités Amazon à l'aide d'un *copy*
  - 3.10.4. Exemples concrets de publicités sur Amazon

“ Apprenez les dernières tendances en publicité en ligne avec ce diplôme universitaire et mettez-les en pratique ”

05

# Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

*Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”*

## Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

*Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”*



*Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.*





*L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.*

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



*Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"*

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

## Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

*En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.*

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

*Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.*

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



#### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



#### Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



#### Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





**Case studies**

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



**Résumés interactifs**

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



**Testing & Retesting**

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



06

# Diplôme

Le Certificat Avancé en Copywriting pour les Annonces, les Pitches et le Service Client garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès  
et recevez votre diplôme sans avoir  
à vous déplacer ou à suivre des  
formalités administratives”*

Ce **Certificat Avancé en Copywriting pour les Annonces, les Pitches et le Service Client** contient le programme le plus complet et actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier\* avec accusé de réception son diplôme de **Certificat Avancé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Copywriting pour les Annonces, les Pitches et le Service Client**

Modalité: **en ligne**

Durée: **6 mois**



\*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.





**Certificat Avancé**  
Copywriting pour les  
Annonces, les Pitches  
et le Service Client

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Certificat Avancé

Copywriting pour les  
Annonces, les Pitches  
et le Service Client