

Certificat Avancé

Copywriting





tech université
technologique

Certificat Avancé

Copywriting

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-et-communication/diplome-universite/diplome-universite-copywriting

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

Il ne s'agit pas de vendre le produit, le service ou l'entreprise. Le *Copywriting* transforme les valeurs et les avantages de la marque en émotions pour convaincre. Tout cela avec une cible principale: le client. C'est le passionnant travail quotidien de création de contenu persuasif d'un *copywriter*. Une figure essentielle du monde numérique, en constante évolution et expansion. C'est précisément pour cette raison que TECH a conçu ce programme créé par les plus grands spécialistes du *Copywriting*. Leur expérience se reflète dans un programme avancé de 450 heures d'enseignement couvrant les principales techniques de rédaction d'un copy, son approche des réseaux sociaux, la création de l'histoire d'une marque et de nombreux cas réussis de *storytelling*. Le tout dans un format 100% en ligne, accessible à tout moment de la journée, à partir d'un appareil électronique doté d'une connexion internet.



“

*Lancez-vous dans le Copywriting
avec un succès garanti grâce à ce
Certificat Avancé 100% en ligne”*

La maîtrise de l'écriture est l'un des principaux atouts de tout *copywriter*. Sous le principe de la persuasion, il doit être capable d'utiliser les techniques les plus efficaces pour susciter l'intérêt du public à consommer une idée, au-delà du produit ou du service lui-même. Un call to action commercial s'adapte également à différents formats et canaux tels que les réseaux sociaux, un email, un site web ou un catalogue.

A priori, une tâche qui pourrait être simple, mais qui nécessite une connaissance approfondie du langage, des formules d'écriture les plus efficaces ou du *neurocopywriting*. C'est ce à quoi s'attache ce Certificat Avancé en Copywriting, qui fait découvrir aux étudiants la figure du *copywriter*, les ressources pour la création de messages créatifs, de qualité et réussis.

Le tout dans un programme à l'approche théorique et pratique, qui amènera le diplômé à recueillir des informations, à se concentrer sur le client et à maîtriser les principales formules de rédaction de messages qui auront un impact direct sur le futur acheteur. En outre, il disposera de résumés vidéo de chaque sujet, de vidéos en détail, de lectures spécialisées et d'études de cas auxquels il pourra accéder à tout moment de la journée, à partir d'un appareil électronique doté d'une connexion internet.

Un diplôme avancé dans lequel il n'aura pas à investir de nombreuses heures d'étude et de mémorisation, car grâce au système *Relearning*, utilisé par TECH, il pourra facilement consolider les concepts clés et les nouveaux concepts de ce diplôme.

Le professionnel se trouve ainsi face à une excellente opportunité de se développer dans un secteur en pleine expansion grâce à un diplôme universitaire de qualité, enseigné par de véritables experts dotés d'une vaste expérience dans le monde du *Copywriting*.

Ce **Certificat Avancé en Copywriting** 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
- ♦ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ Il est possible d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet



Vous comprendrez les nouvelles façons de vendre avec les figures de proue du Copywriting qui enseignent ce diplôme universitaire"

“

Savez-vous ce qu'est la transcréation et comment l'appliquer dans une stratégie de marketing international? Découvrez-le dans ce Certificat Avancé"

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.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

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

Rédaction de blogs, de podcasts et de scripts vidéo... TECH vous offre tout ce dont vous avez besoin pour créer le meilleur marketing de contenu.

Apprenez dans ce Certificat Avancé les principales formules utilisées par les meilleurs copywriters et transposez-les dans votre travail quotidien.



02

Objectifs

Ce programme a été conçu pour stimuler la carrière professionnelle des communicateurs qui souhaitent évoluer vers le métier de *copywriter*. Un objectif qui sera beaucoup plus facile à atteindre grâce au programme créé par de véritables spécialistes du secteur. Ainsi, les étudiants apprendront les formules et les techniques d'écriture que tout *copywriter* doit connaître, les méthodologies de travail, les outils d'analyse et les principaux *tips* pour pouvoir créer d'excellents messages qui favorisent la vente de produits et/ou de services.





“

En seulement 6 mois, vous serez en mesure de créer de bonnes histoires et de devenir un expert dans le monde merveilleux du storytelling. Inscrivez-vous maintenant”



Objectifs généraux

- ♦ Offrir un apprentissage large et approfondi de la profession de *copywriter* sous ses différentes facettes
- ♦ Montrer les différents domaines dans lesquels le *Copywriting* peut être appliqué: 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* freelance dès la première minute, ou pour pouvoir travailler pour des tiers





Objectifs spécifiques

Module 1. Les techniques du *Copywriting*

- ♦ Identifier les principes de persuasion
- ♦ Apprendre plus de 12 formules différentes de *copywriting*
- ♦ Rédiger des titres efficaces
- ♦ Identifier à quoi il sert et comment créer un *storytelling*
- ♦ Apprendre à faire de la curation de contenu de manière professionnelle

Module 2. Manuel d'Identité verbale et d'histoire de la marque

- ♦ Savoir ce qu'est un Manuel d'Identité Verbale et à quoi il sert
- ♦ Découvrir les 12 archétypes de Jung
- ♦ Savoir ce que doit contenir un Manuel d'Identité Verbale
- ♦ Décrypter la personnalité d'une marque
- ♦ Savoir ce qu'est un Manifeste de la marque et à quoi il sert
- ♦ Savoir ce qu'est une carte d'empathie et la créer
- ♦ Gérer l'univers verbal d'une marque
- ♦ Apprendre les clés de la rédaction d'une histoire de marque

Module 3. *Copywriting* pour le marketing de contenu et les Médias sociaux

- ♦ Savoir ce qu'est le marketing de contenu et comment appliquer le *copywriting* dans sa stratégie
- ♦ Apprendre les particularités des principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Twitter) et comment y rédiger des messages de la manière la plus efficace
- ♦ Décrire les particularités des scripts vidéo et des podcasts, et comment les rédiger efficacement
- ♦ Apprendre à rédiger des articles de blog
- ♦ Gérer et rédiger tous les messages impliqués dans l'expérience en ligne du client
- ♦ Comprendre ce que sont les keywordset comment ils sont utilisés
- ♦ Créer un calendrier de contenu
- ♦ Approfondir la mesure des résultats



Grâce à ce diplôme, vous apprendrez à gérer l'univers verbal d'une marque et à la mener vers le succès numérique"

03

Direction de la formation

Le professionnel qui suit ce diplôme aura à sa disposition un excellent corps professoral composé de spécialistes renommés dans le monde du *Copywriting*. Leur maîtrise du *Storytelling*, de la transcréation et de la littérature est une garantie pour les étudiants qui cherchent à se perfectionner auprès des meilleurs experts. De plus, grâce à leur qualité humaine et à leur proximité, ils pourront résoudre tous les doutes qu'il pourrait avoir sur le contenu du syllabus de ce programme.





“

Nous avons de grands experts professionnels en Storytelling avec une brillante carrière en tant que copywriters freelance”

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 chez 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
- ♦ Chef de Presse et de Communication de l'Ordre des Avocats d'Elche
- ♦ Chef du Département de Communication du Centre Européen des Entreprises Innovantes d'Elche
- ♦ Licence en Journalisme

Professeurs

M. Guillen, Juan José

- ♦ Chef de Projet chez Wetoget
- ♦ Chef de projet JR chez 3DIDS - Strategic Consultancy
- ♦ Chef de projet chez JR Bookmeetings
- ♦ Directeur stratégique chez E-consulting: AB et Gest
- ♦ Double Diplôme en Tourisme et Administration et Direction des Entreprises
- ♦ Master Business Administration (MBA)

M. Egea, Adrián

- ♦ Responsable des Médias Sociaux et de la Communication en ligne chez Cacahuete Comunicación
- ♦ Copywriter pour PcComponentes
- ♦ Copywriter pour Unancor
- ♦ Journaliste à TeleElx
- ♦ Licence en Journalisme de l'Université Miguel Hernández



Mme Mas Valle, Alba

- ◆ Rédactrice de contenu pour pccomponents.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
- ◆ Diplôme Supérieur en Promotion de l'Égalité des genres
- ◆ Programme accéléré de Copywriting à Six Chiffres de l'AWAI

“

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

04

Structure et contenu

Dans ce programme universitaire, l'apprentissage intensif prévaut et est d'une grande utilité pratique pour que le professionnel de la communication puisse se lancer dans le monde du *Copywriting* avec des garanties. C'est pourquoi TECH met à la disposition des diplômés un programme avancé et de nombreuses ressources pédagogiques qui les aideront à apprendre à rédiger des messages persuasifs qui génèrent des actions de vente et s'adaptent aux différents réseaux sociaux. Le tout dans un format flexible qui permet l'autogestion du temps d'étude et l'accès 24/7 à un Certificat Avancé unique dans le panorama académique.





“

Des pilules multimédias et des vidéos ciblées vous conduiront à un apprentissage dynamique des techniques de persuasion du Copywriting”

Module 1. Les techniques du *Copywriting*

- 1.1. Les principes de persuasion
 - 1.1.1. Les 6 principes de persuasion de Cialdini
 - 1.1.2. Réciprocité
 - 1.1.3. Manque
 - 1.1.4. Autorité
 - 1.1.5. Consistance
 - 1.1.6. Sympathie
 - 1.1.7. Consensus
- 1.2. Les formules les plus populaires pour écrire avec *Copywriting*
 - 1.2.1. Formule AIDA
 - 1.2.2. La formule des 4 P
 - 1.2.3. PAS
 - 1.2.4. La formule des 4 U
 - 1.2.5. La formule FAB
- 1.3. Formules moins fréquentes dans le *copy*
 - 1.3.1. La formule Sugarman
 - 1.3.2. La formule ADP
 - 1.3.3. La formule PASTOR
 - 1.3.4. Aforest
 - 1.3.5. La formule BUCLE
 - 1.3.6. La formule STONE
- 1.4. Autres formules qui n'en ont pas l'air
 - 1.4.1. La formule des 3 pourquoi?
 - 1.4.2. Formule de *Copywriting* 1- 2- 3- 4
 - 1.4.3. Formule Et alors?
 - 1.4.4. Formule des 9 points
 - 1.4.5. Formule AICPBSAWN
- 1.5. Les titres
 - 1.5.1. L'importance d'un bon titre
 - 1.5.2. Types de titres
 - 1.5.3. Recherche de bons titres
 - 1.5.4. Le rôle des sous-titres
- 1.6. Créer des titres
 - 1.6.1. Outils pour créer des titres
 - 1.6.2. Formules de création de titres
 - 1.6.3. Trucs et techniques
 - 1.6.4. Exemples de titres
- 1.7. Le monde merveilleux du *storytelling*
 - 1.7.1. Les facteurs les plus importants
 - 1.7.2. Le type d'histoires existantes
 - 1.7.3. A quoi servent les histoires
 - 1.7.4. Où est-il possible d'appliquer la *storytelling*
- 1.8. Comment créer de bonnes histoires
 - 1.8.1. Formules de la *storytelling*
 - 1.8.2. Le voyage du héros
 - 1.8.3. Éléments pour créer une bonne histoire
 - 1.8.4. Exemples d'histoires avec différents objectifs
- 1.9. Ne partez pas sans un *call to action* (CTA)
 - 1.9.1. L'appel à l'action en un seul clic
 - 1.9.2. Comment créer un CTA ou un appel à l'action
 - 1.9.3. Types d'appel à l'action
 - 1.9.4. Analyse d'exemples de CTA
- 1.10. Curation de contenu
 - 1.10.1. Qu'est-ce que la curation de contenu
 - 1.10.2. Que fait un *content curator*
 - 1.10.3. Les 10 étapes
 - 1.10.4. LES 4 S
 - 1.10.5. Différentes techniques de curation
 - 1.10.6. Outils de la curation

Module 2. Manuel d'identité verbale et d'histoire de la marque

- 2.1. Qu'est-ce que l'identité verbale d'une marque
 - 2.1.1. Pourquoi avoir un manuel d'identité verbale
 - 2.1.2. Reconnaître la personnalité de la marque
 - 2.1.3. Le nom ou les noms
 - 2.1.4. Le *tagline* ou le slogan
- 2.2. Les archétypes de la marque
 - 2.2.1. Ce qu'ils sont et comment les identifier
 - 2.2.2. L'innocent
 - 2.2.3. L'homme ordinaire
 - 2.2.4. L'explorateur
 - 2.2.5. Le sage
 - 2.2.6. Le héros
 - 2.2.7. Le hors-la-loi
 - 2.2.8. Le magicien
 - 2.2.9. L'amant
 - 2.2.10. Le bouffon
 - 2.2.11. Le soignant
 - 2.2.12. Le créateur
 - 2.2.13. Le dirigeant
 - 2.2.14. Le méchant
- 2.3. Mission, vision et valeurs
 - 2.3.1. Découvrez la mission
 - 2.3.2. Réfléchissez à la vision
 - 2.3.3. Définissez les valeurs
 - 2.3.4. Ayez un objectif de marque clair
- 2.4. Renforcer la marque
 - 2.4.1. Quelle est sa voix?
 - 2.4.2. Les tonalités
 - 2.4.3. La matrice des messages
 - 2.4.4. Option d'achat
- 2.5. Le manifeste de la marque
 - 2.5.1. Qu'est-ce qu'un manifeste et à quoi il sert
 - 2.5.2. Sources d'information
 - 2.5.3. Le processus de *due diligence*
 - 2.5.4. Le rapport
- 2.6. La carte de l'empathie
 - 2.6.1. Qu'est-ce qu'une carte d'empathie
 - 2.6.2. A quoi sert-elle?
 - 2.6.3. Comment la créer
 - 2.6.4. Différents exemples de mise en pratique
- 2.7. L'univers verbal
 - 2.7.1. Mots clés
 - 2.7.2. Que dit et que ne dit pas la marque
 - 2.7.3. Ce qu'elle ne dit pas
 - 2.7.4. Idées de thèmes
 - 2.7.5. Outils pour le SEO
- 2.8. L'histoire de la marque ou *storybrand*
 - 2.8.1. Qu'est-ce qu'une histoire de la marque et à quoi elle sert
 - 2.8.2. Comment créer l'histoire de la marque
 - 2.8.3. Le système de Donald Miller
 - 2.8.4. Exemple de création d'histoires de marque réussies
- 2.9. Les *hashtags* d'une marque
 - 2.9.1. Que sont-ils et comment les utiliser
 - 2.9.2. Conseils
 - 2.9.3. Comment créer un hashtag pour une marque
 - 2.9.4. Comment fonctionne-t-il dans les différents réseaux sociaux
- 2.10. Aspects à prendre en compte dans les manuels d'identité verbale d'une entreprise
 - 2.10.1. Langage inclusif
 - 2.10.2. Langage et idées qui dénotent une implication dans l'environnement
 - 2.10.3. Langage et idées qui dénotent une sensibilité aux causes sociales
 - 2.10.4. Autres aspects du langage à respecter

Module 3. Copywriting pour le marketing de contenu et les Médias sociaux

- 3.1. Comprendre la nouvelle façon de vendre
 - 3.1.1. Qu'est-ce que le marketing de contenu?
 - 3.1.2. Types de contenu que nous pouvons créer
 - 3.1.3. Articles
 - 3.1.4. Interviews
 - 3.1.5. Listes
 - 3.1.6. Actualités
 - 3.1.7. Vidéos
 - 3.1.8. Histoires (*storytelling*)
 - 3.1.9. Les Success Stories
 - 3.1.10. Articles d'invités
 - 3.1.11. Infographies, statistiques ou graphiques
- 3.2. Outils pour générer des idées de contenu
 - 3.2.1. Outils en ligne spécifiques
 - 3.2.2. Chat GPT
 - 3.2.3. Recyclage des sujets
 - 3.2.4. Curation de contenus
 - 3.2.5. Les FAQ (questions courantes)
- 3.3. Les Médias Sociaux: grands alliés du *Copywriting*
 - 3.3.1. *Copywriting* pour les médias sociaux
 - 3.3.2. Identifier la concurrence
 - 3.3.3. Connaître les suiveurs
 - 3.3.4. Rechercher des opinions
- 3.4. Particularités de chaque réseau social
 - 3.4.1. *Copy* pour Facebook
 - 3.4.2. *Copy* pour Instagram
 - 3.4.3. *Copy* pour Pinterest
 - 3.4.4. *Copy* pour TikTok
- 3.5. *Copywriting* pour LinkedIn
 - 3.5.1. Le *copy* dans la banderole
 - 3.5.2. Le *copy* dans le profil
 - 3.5.3. Le *copy* dans le "À propos"
 - 3.5.4. Les types de contenus à publier
 - 3.5.5. Autres aspects du réseau professionnel
- 3.6. *Copywriting* pour les scripts audio et vidéo
 - 3.6.1. Audio ou vidéo
 - 3.6.2. *Videopodcast*: le meilleur des deux mondes
 - 3.6.3. Comment faire des vidéos pour Youtube
 - 3.6.4. L'importance du script de podcast
 - 3.6.5. Comment rédiger un script de podcast étape par étape
 - 3.6.6. Mesurer et convertir grâce à la stratégie de podcast
- 3.7. *Copywriting* pour les blogs
 - 3.7.1. Connaître son public - que voudriez-vous lire?
 - 3.7.2. Quels mots choisir
 - 3.7.3. Comment structurer un article
 - 3.7.4. Quelles images choisir
 - 3.7.5. Comment améliorer la SEO
- 3.8. Les *keywords* pour une stratégie de SEO
 - 3.8.1. Sources de *keywords*
 - 3.8.2. Outils pour faire un *keyword research*
 - 3.8.3. Organisez votre *keyword research*
 - 3.8.4. *Search Intent*
 - 3.8.5. *Buyer journey*
 - 3.8.6. Analyser les SERP



- 3.9. Le plan de contenu
 - 3.9.1. Analyse de la situation
 - 3.9.2. Définition d'objectifs et KPI
 - 3.9.3. Public cible
 - 3.9.4. Définition de la stratégie des contenus
 - 3.9.5. Définition des canaux
 - 3.9.6. Calendrier éditorial
 - 3.9.7. Mesure des résultats
- 3.10. *Copy* pour *merchandising*, *packaging* et autres formats physiques
 - 3.10.1. Les avantages du *copy* sur support physique
 - 3.10.2. Emballage et étiquetage
 - 3.10.3. Publicité et signalisation
 - 3.10.4. Documentation et factures
 - 3.10.5. Magasin, bureau ou emplacement physique



Créez vos meilleures copies pour les réseaux sociaux tels que TikTok, Instagram ou LinkedIn grâce à ce programme universitaire"

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 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 soucier des déplacements ou
des formalités administratives”*

Ce **Certificat Avancé en Copywriting** contient le programme le plus complet et le plus 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**

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.

future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé

Copywriting

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

Certificat Avancé

Copywriting

