

Certificat Avancé

Copywriting pour les
Contenus Numériques



Certificat Avancé

Copywriting pour les Contenus Numériques

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

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

Accueil

01

Présentation

Page 4

02

Objectifs

Page 8

03

Structure et contenu

Page 12

04

Méthodologie

Page 18

05

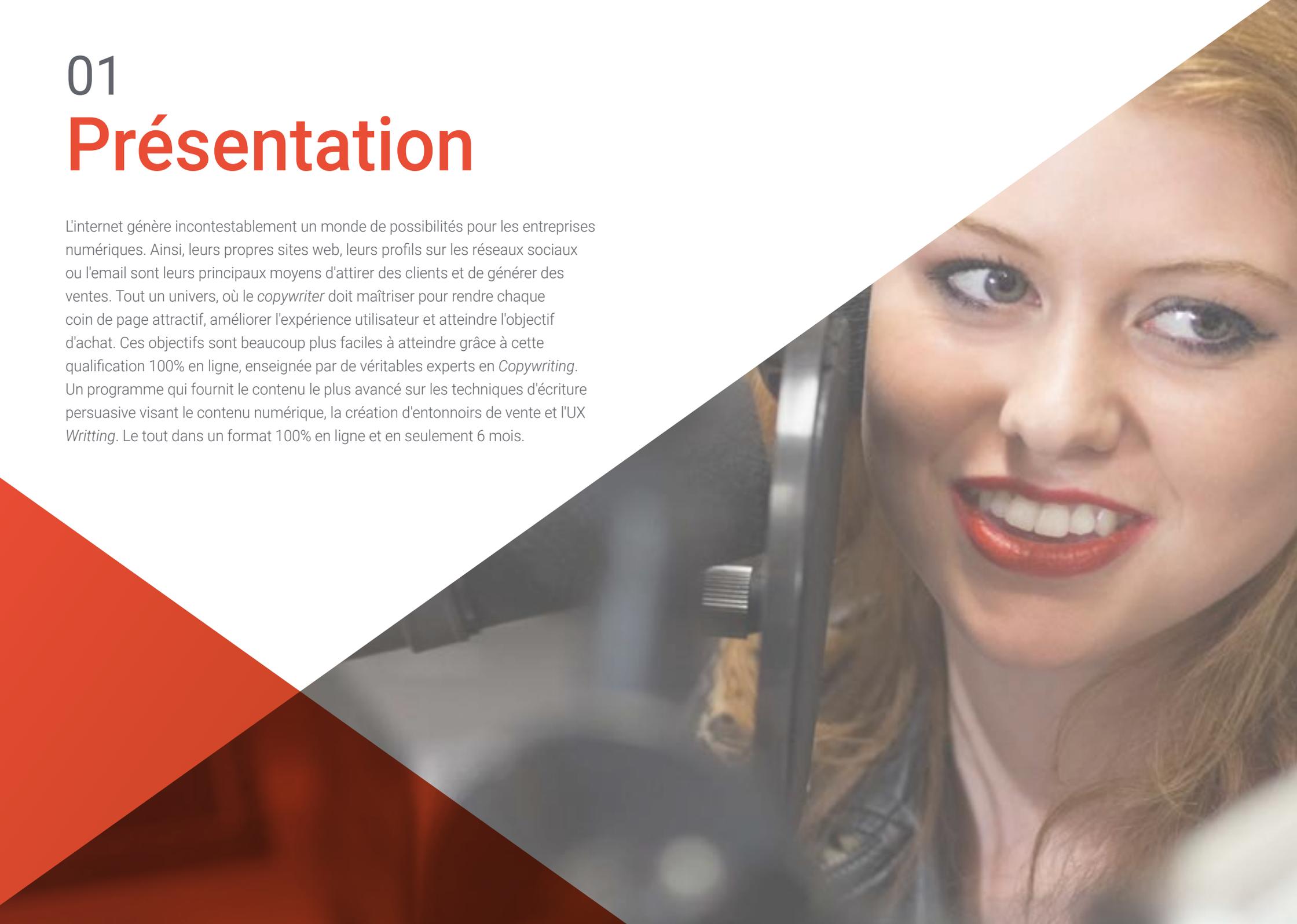
Diplôme

Page 26

01

Présentation

L'internet génère incontestablement un monde de possibilités pour les entreprises numériques. Ainsi, leurs propres sites web, leurs profils sur les réseaux sociaux ou l'email sont leurs principaux moyens d'attirer des clients et de générer des ventes. Tout un univers, où le *copywriter* doit maîtriser pour rendre chaque coin de page attractif, améliorer l'expérience utilisateur et atteindre l'objectif d'achat. Ces objectifs sont beaucoup plus faciles à atteindre grâce à cette qualification 100% en ligne, enseignée par de véritables experts en *Copywriting*. Un programme qui fournit le contenu le plus avancé sur les techniques d'écriture persuasive visant le contenu numérique, la création d'entonnoirs de vente et l'*UX Writing*. Le tout dans un format 100% en ligne et en seulement 6 mois.



“

Devenez avec TECH un véritable copywriter générant des contenus numériques de qualité”

Le nouveau paradigme numérique a conduit les entreprises à transformer leurs stratégies commerciales, en axant leurs messages sur la résolution des problèmes de leurs clients et en leur apportant des solutions au-delà du produit. De plus, porter ce travail dans le monde gigantesque de l'internet exige une excellente maîtrise de la rédaction persuasive, son adaptation aux différents canaux existants et les lignes d'action les plus efficaces pour la vente.

Dans ce contexte, le *copywriter* apparaît comme le professionnel le plus demandé pour réussir dans cette nouvelle configuration socio-économique. C'est pourquoi TECH a décidé de donner un coup de pouce à la carrière de tous les professionnels de la communication qui souhaitent entrer dans ce secteur avec des garanties, en lançant ce Certificat Avancé en *Copywriting* pour les Contenus Numériques.

Il s'agit d'un programme avancé, créé par des spécialistes ayant une grande expérience professionnelle dans ce domaine, qui apprendront aux étudiants à rédiger des textes persuasifs dans les différentes parties d'un site web ou à créer un *storytelling* authentique et réussi sur les réseaux sociaux. Tout cela avec beaucoup de matériel supplémentaire qui les amènera à approfondir le marketing par courriel et la génération d'entonnoirs de vente d'une manière dynamique.

De plus, grâce à la méthode de *Relearning*, basée sur la répétition des contenus, le diplômé acquerra un apprentissage beaucoup plus direct et simple, laissant de côté les nombreuses heures d'étude si courantes dans d'autres systèmes éducatifs.

TECH offre ainsi une excellente opportunité de progresser dans le domaine du *Copywriting* par le biais d'un Certificat Avancé flexible et pratique. Tout ce dont vous avez besoin est un appareil électronique avec une connexion internet pour consulter le programme d'études hébergé sur la plateforme virtuelle. Une option académique idéale pour combiner les responsabilités les plus exigeantes avec un diplôme universitaire de premier niveau.

Ce **Certificat Avancé en Copywriting pour les Contenus Numériques** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales 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
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Lancez avec succès les meilleures stratégies d'entonnoir de vente grâce aux conseils de véritables experts en la matière”

“ Vos e-mails de vente finissent-ils dans le dossier spam? Découvrez comment l'éviter grâce aux conseils que vous trouverez dans ce diplôme universitaire”

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 est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la 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.

Donnez un plus à vos prestations de copywriting et spécialisez-vous en UX Writer grâce à ce diplôme universitaire.

Vous améliorerez non seulement votre rédaction, mais aussi votre référencement pour améliorer votre positionnement sur le web. Inscrivez-vous maintenant.



02

Objectifs

L'objectif de ce Certificat Avancé est de fournir les techniques et ressources rédactionnelles essentielles pour générer des propositions de valeur et créer des contenus persuasifs pour les sites web, les réseaux sociaux et les campagnes de vente par email marketing. Le tout de manière beaucoup plus simple grâce aux nombreuses ressources pédagogiques complémentaires proposées par TECH, qui apportent une vision théorique et pratique du Copywriting pour les Contenus Numériques.



“

Ce programme contient de nombreux exemples qui vous inspireront pour créer un contenu numérique de premier ordre”



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* indépendant dès la première minute, ou pour pouvoir travailler pour des tiers





Objectifs spécifiques

Module 1. *Copywriting* pour le web

- ♦ Apprendre à créer ou réviser les textes d'une page d'accueil, de la section à propos de moi, des services et des ventes
- ♦ Apprendre à créer ou réviser les textes d'une boutique en ligne et des pages produits
- ♦ Se plonger dans une branche spécialisée du *Copywriting*: l'*UX Writing*
- ♦ Apprendre à gérer et à rédiger tous les messages impliqués dans l'expérience en ligne du client

Module 2. *Copywriting* pour le marketing de contenus et les réseaux sociaux

- ♦ Savoir ce qu'est le marketing de contenu et comment appliquer le *Copywriting* dans votre 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

Module 3. Marketing par Courrier Électronique et les entonnoirs de vente

- ♦ Apprendre les bases du marketing par courrier électronique dans le cadre d'une stratégie
- ♦ Construire une liste d'abonnés
- ♦ Savoir comment développer une liste d'abonnés
- ♦ Connaître les objectifs qui peuvent être atteints grâce au marketing par courrier électronique
- ♦ Savoir comment ne pas passer inaperçu dans la boîte de réception
- ♦ Apprendre ce qu'est un entonnoir de vente et à quoi il sert
- ♦ Comprendre comment gérer un entonnoir de vente minimum
- ♦ Apprendre à gérer un entonnoir de vente pour une start-up
- ♦ Faire la différence entre l'email marketing, les chatbots ou la communication WhatsApp



Vous serez en mesure de constituer des listes d'abonnés de qualité en appliquant les stratégies de marketing par courrier électronique les plus efficaces”

03

Structure et contenu

Le programme de ce diplôme universitaire a été conçu pour offrir, en seulement 6 mois, les connaissances les plus complètes sur le *Copywriting* orienté vers le web, les réseaux sociaux et le marketing par courrier électronique. Un sujet qui est aujourd'hui essentiel dans le travail de tous les *copywriter*. Pour faciliter cet apprentissage, les étudiants trouveront des résumés vidéo de chaque sujet, des vidéos en détail, des exemples de réussite et des lectures spécialisées, qui leur permettront également d'élargir le grand contenu qu'ils acquerront dans ce Certificat Avancé.



“

*Vous terminerez ce diplôme en tant que
professionnel de premier ordre dans le domaine
du Copywriting pour les Contenus Numériques”*

Module 1. Copywriting pour le web

- 1.1. La page principale
 - 1.1.1. Fonctions de la page principale
 - 1.1.2. Proposition de valeur
 - 1.1.3. Le message de marketing
 - 1.1.4. Le fil conducteur
 - 1.1.5. Le corps du texte
 - 1.1.6. Appel à l'action
 - 1.1.7. Ressources
 - 1.1.8. Mesure du site web
- 1.2. La page à propos de moi
 - 1.2.1. Fonctions de la page à propos de moi
 - 1.2.2. Structure
 - 1.2.3. Montrer qui se cache derrière la marque
 - 1.2.4. Conseils
 - 1.2.5. Ajouter de l'émotion
- 1.3. La page des services
 - 1.3.1. Objectif principal de la page des services
 - 1.3.2. La création de l'offre
 - 1.3.3. Types d'offres
 - 1.3.4. La structure de la page des services
- 1.4. La lettre ou la page de vente
 - 1.4.1. Importance et rôle de la page de vente
 - 1.4.2. *Landing page* vs. Page de vente
 - 1.4.3. Structure et éléments clés des lettres de vente
 - 1.4.4. Pages de vente au format vidéo
 - 1.4.5. Autres pages d'atterrissage ou *landing page*
- 1.5. Pages de boutique en ligne et pages de produits
 - 1.5.1. Caractéristiques générales des boutiques en ligne
 - 1.5.2. Structure *e-commerce*
 - 1.5.3. L'importance des fiches produits
 - 1.5.4. Comment les créer pour vendre plus





- 1.6. L'*UX Writing* ou comment améliorer l'expérience de l'utilisateur à travers vos textes
 - 1.6.1. Comprendre l'*UX Writing*
 - 1.6.2. Qu'est-ce que l'*UX Writing*
 - 1.6.3. Différences entre l'*UX Writing* et le *Copywriting*
 - 1.6.4. *Microcopy* et *UX Writing*
- 1.7. *UX Writing* et l'*engagement* de la marque
 - 1.7.1. *Onboardings*
 - 1.7.2. Boutons d'appel à l'action
 - 1.7.3. Description des produits
 - 1.7.4. Formulaires
 - 1.7.5. Messages de confirmation
 - 1.7.6. Messages de récupération du mot de passe et validation du courrier électronique
 - 1.7.7. Messages de réussite
 - 1.7.8. États vides (*empty states*)
 - 1.7.9. Messages de temps d'attente
 - 1.7.10. Guide des questions fréquemment posées
 - 1.7.11. Messages d'erreur
- 1.8. Inclusivité et diversité dans *UX Writing*
 - 1.8.1. Importance de l'accessibilité dans nos textes
 - 1.8.2. Diversité des publics et expérience utilisateur
 - 1.8.3. Le rôle de la langue dans l'expérience utilisateur
 - 1.8.4. Lignes directrices pour la rédaction de nos textes de manière inclusive
- 1.9. Accessibilité et *UX Writing*
 - 1.9.1. Importance de l'accessibilité dans les textes
 - 1.9.2. Comment rendre nos textes accessibles
 - 1.9.3. Les lecteurs d'écran
 - 1.9.4. L'attribut ALT
- 1.10. *UX Writer* comme spécialité
 - 1.10.1. Profil du *UX Writer*
 - 1.10.2. Compétences nécessaires
 - 1.10.3. Ressources utiles
 - 1.10.4. Réflexions finales

Module 2. Copywriting pour le marketing de contenus et les réseaux sociaux

- 2.1. Comprendre la nouvelle façon de vendre
 - 2.1.1. Qu'est-ce que le marketing de contenu?
 - 2.1.2. Types de contenu que nous pouvons créer
 - 2.1.3. Articles
 - 2.1.4. Interviews
 - 2.1.5. Listes
 - 2.1.6. Actualités
 - 2.1.7. Vidéos
 - 2.1.8. Histoires (*storytelling*)
 - 2.1.9. Les Success Stories
 - 2.1.10. Articles d'invités
 - 2.1.11. Infographies, statistiques ou graphiques
- 2.2. Outils pour générer des idées de contenu
 - 2.2.1. Outils en ligne spécifiques
 - 2.2.2. Chat GPT
 - 2.2.3. Recyclage des sujets
 - 2.2.4. La curation de contenu
 - 2.2.5. Les FAQ (questions courantes)
- 2.3. Les Réseaux Sociaux: grands allés du *Copywriting*
 - 2.3.1. Copywriting pour les réseaux sociaux
 - 2.3.2. Identifier la concurrence
 - 2.3.3. Connaître les suiveurs
 - 2.3.4. Rechercher des opinions
- 2.4. Particularités de chaque réseau social
 - 2.4.1. *Copy* pour Facebook
 - 2.4.2. *Copy* pour Instagram
 - 2.4.3. *Copy* pour Pinterest
 - 2.4.4. *Copy* pour TikTok
- 2.5. *Copywriting* pour LinkedIn
 - 2.5.1. Le *Copy* dans la banderole
 - 2.5.2. Le *copy* dans le profil
 - 2.5.3. Le *copy* dans le "À propos"
 - 2.5.4. Les types de contenus à publier
 - 2.5.5. Autres aspects du réseau professionnel
- 2.6. *Copywriting* pour les scripts audio et vidéo
 - 2.6.1. Audio ou vidéo
 - 2.6.2. *Videopodcast*: le meilleur des deux mondes
 - 2.6.3. Comment faire des vidéos pour Youtube
 - 2.6.4. L'importance du script de *podcast*
 - 2.6.5. Comment rédiger un script de *podcast* étape par étape
 - 2.6.6. Mesurer et convertir grâce à la stratégie de *podcast*
- 2.7. *Copywriting* pour les blogs
 - 2.7.1. Connaître son public - que voudriez-vous lire?
 - 2.7.2. Quels mots choisir
 - 2.7.3. Comment structurer un article
 - 2.7.4. Quelles images choisir
 - 2.7.5. Comment améliorer la SEO
- 2.8. Les *keywords* pour une stratégie de SEO
 - 2.8.1. Sources de *keywords*
 - 2.8.2. Outils pour faire un *keyword research*
 - 2.8.3. Organiser sa *keyword research*
 - 2.8.4. *Search Intent*
 - 2.8.5. *Buyer journey*
 - 2.8.6. Analyser les SERP
- 2.9. Le plan de contenu
 - 2.9.1. Analyse de la situation
 - 2.9.2. Définition d'objectifs et KPI
 - 2.9.3. Public cible
 - 2.9.4. Définition de la stratégie des contenus
 - 2.9.5. Définition des canaux
 - 2.9.6. Calendrier éditorial
 - 2.9.7. Mesure des résultats
- 2.10. *Copy* pour *merchandising*, *packaging* et autres formats physiques
 - 2.10.1. Les avantages du *copy* sur support physique
 - 2.10.2. Emballage et étiquetage
 - 2.10.3. Publicité et signalisation
 - 2.10.4. Documentation et factures
 - 2.10.5. Magasin, bureau ou emplacement physique

Module 3. Marketing par courrier électronique et les entonnoirs de vente

- 3.1. Généralités sur le marketing par courrier électronique
 - 3.1.1. Qu'est-ce que le marketing par courrier électronique
 - 3.1.2. Caractéristiques
 - 3.1.3. Structures
 - 3.1.4. Types de courriels
- 3.2. Comment créer une liste d'abonnés à partir de zéro
 - 3.2.1. Stratégies de construction de la liste
 - 3.2.2. Canaux de soutien
 - 3.2.3. Outils de marketing par courrier électronique
 - 3.2.4. Fréquence des courriels
- 3.3. Comment rédiger des courriels en fonction des objectifs
 - 3.3.1. Contenu des courriels
 - 3.3.2. Courriels relatifs à l'expérience de l'utilisateur
 - 3.3.3. Courriels de vente
 - 3.3.4. Sources d'inspiration pour les contenus
- 3.4. Comment ne pas passer inaperçu dans la boîte de réception
 - 3.4.1. Formules de création de titres
 - 3.4.2. Exemple de séquence d'envoi du premier courriel d'abonnement
 - 3.4.3. Exemple de courriel d'entreprise
 - 3.4.4. Comment éviter de finir dans le dossier spam
- 3.5. Comment vendre par le biais du marketing par courrier électronique
 - 3.5.1. Comment vendre par le biais du marketing par courrier électronique
 - 3.5.2. Exemples de séquences de courriers électroniques
 - 3.5.3. Exemples de courriers électroniques de suivi
 - 3.5.4. Exemples de courriers de conclusion de vente et d'après-vente
- 3.6. Autres aspects à prendre en compte
 - 3.6.1. La longueur
 - 3.6.2. Mesure
 - 3.6.3. La personnalisation
 - 3.6.4. Calendrier d'envoi
- 3.7. Entonnoir de vente: entonnoir minimum viable
 - 3.7.1. Éléments nécessaires à la création d'un entonnoir de vente
 - 3.7.2. Lead magnet dans l'entonnoir de vente
 - 3.7.3. Améliorer votre entonnoir de manière organique
 - 3.7.4. La publicité pour l'entonnoir de vente. Faire passer votre entonnoir au niveau supérieur
- 3.8. Entonnoirs permanents
 - 3.8.1. Pourquoi un entonnoir de vente automatique
 - 3.8.2. Éléments qui permettent de maintenir et d'optimiser votre entonnoir
 - 3.8.3. Maintenance, révision et analyse
 - 3.8.4. Fermer l'entonnoir des ventes
- 3.9. Lancer des entonnoirs
 - 3.9.1. Comment préparer votre lancement
 - 3.9.2. Entonnoirs et modalités de lancement en direct
 - 3.9.3. Publicité spécifique au lancement
 - 3.9.4. Transformer votre entonnoir en un lancement *evergreen*
- 3.10. Courrier électronique Marketing vs. *Chatbot* ou WhatsApp
 - 3.10.1. Les avantages des *chatbots*
 - 3.10.2. Les avantages du marketing par courriel
 - 3.10.3. Personnaliser le message grâce à la segmentation
 - 3.10.4. WhatsApp peut-il compléter votre stratégie de marketing par courrier électronique?



Une formation complète qui vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour rivaliser avec les meilleurs

04

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

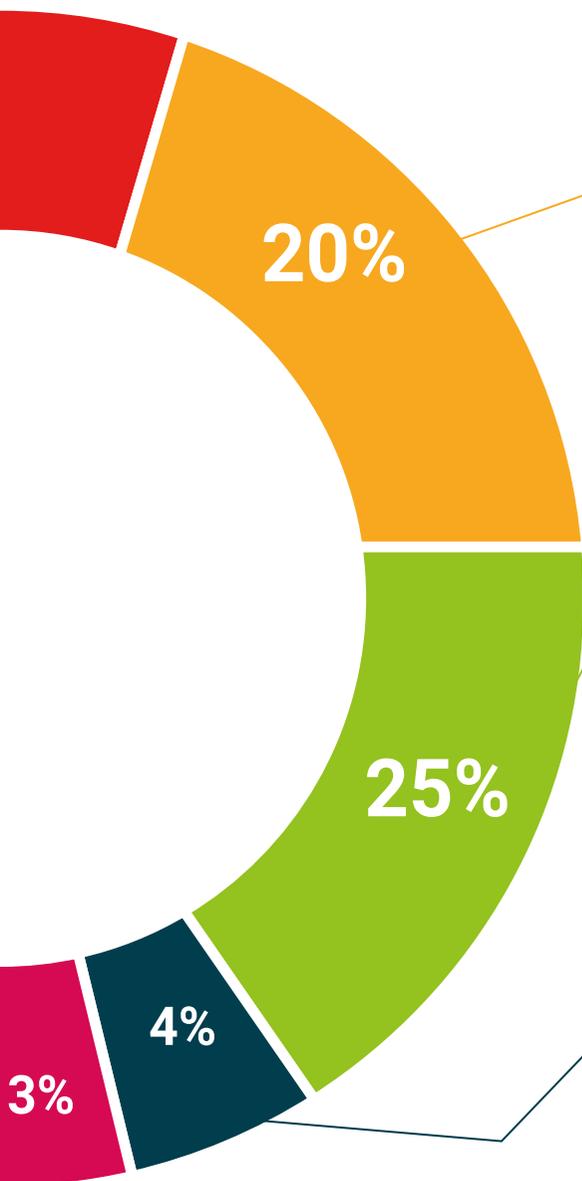
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



05 Diplôme

Le Certificat Avancé en Copywriting pour les Contenus Numériques vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire 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 pour les Contenus Numériques** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré 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 Contenus Numériques**

N° d'heures officielles: **450 h.**



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 pour les
Contenus Numériques

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Copywriting pour les
Contenus Numériques

NEWS