

Universitätsexperte

Freelance Copywriting



tech technologische
universität

Universitätsexperte

Freelance Copywriting

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Global University
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-freelance-copywriting

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodik

Seite 18

05

Qualifizierung

Seite 26

01

Präsentation

Das *Copywriting* boomt und es gibt viele Kommunikationsprofis, die sich für eine Karriere als freiberufliche Copywriter entscheiden. Um erfolgreich zu sein, muss man jedoch über die richtigen Techniken verfügen, um die vielfältigen Dienstleistungen der Inhaltserstellung zu erbringen, und über die Werkzeuge, um ein Portfolio von Kunden zu generieren. Dank dieser von TECH entwickelten Fortbildung wird es viel einfacher sein, den richtigen Weg einzuschlagen. Ein fortgeschrittenes Programm, das Ihnen die Mittel für überzeugendes Schreiben, die Entwicklung von Fähigkeiten zum Schreiben von Texten und für erfolgreiches Unternehmertum mit Hilfe von renommierten Fachleuten des Sektors bietet. Alles in einem 100%igen Online-Format und mit einem Lehrplan, der 24 Stunden am Tag verfügbar ist.



“

Möchten Sie Ihre Karriere als freiberuflicher Copywriter erfolgreich starten? Dies ist der richtige Universitätsabschluss für Sie. Schreiben Sie sich jetzt ein"

In den letzten Jahren gab es ein enormes Wachstum im digitalen Geschäft, was wiederum zur Entstehung neuer Berufe geführt hat. Unter ihnen ist der *Copywriter*, vielleicht eine der wichtigsten Rollen, wenn es darum geht, das Verkaufsziel von Unternehmen zu erreichen.

Eine ideale Situation für all jene Kommunikatoren, die ihre Tätigkeit als Freiberufler ausüben möchten, da sie über die Fähigkeit verfügen, zu schreiben und die Aufmerksamkeit des Käufers zu gewinnen. Hier setzt der Universitätsexperte in Freelance Copywriting an.

Ein 100%iges Online-Programm, dessen Verlauf die Studenten dazu bringt, die wichtigsten Formeln für die Erstellung überzeugender Inhalte zu erlernen, sich in das Neuromarketing zu vertiefen und zahlreiche Werkzeuge zur Verfügung zu haben, um ihre berufliche Karriere als *Copywriter* erfolgreich entwickeln zu können.

Es handelt sich um einen theoretischen Lehrplan, aber mit einer praktischen Perspektive, in dem der Student über zahlreiche Beispiele und Fallstudien verfügt, die es ihm ermöglichen, seine Tätigkeit mit Sicherheit aufzubauen und die Fehler eines jeden Anfängers in diesem Bereich zu vermeiden.

Auf diese Weise bietet TECH eine ausgezeichnete Gelegenheit, in diesem Sektor durch einen flexiblen und bequemen Universitätsexperten zu wachsen. Alles, was dafür benötigt wird, ist ein elektronisches Gerät mit Internetanschluss (Computer, *Tablet* oder Mobiltelefon), um die auf der virtuellen Plattform bereitgestellten Inhalte abzurufen. Ein hochwertiges Programm, das ideal ist, um die täglichen Pflichten mit einem zeitgemäßen Universitätsabschluss zu verbinden.

Dieser **Universitätsexperte in Freelance Copywriting** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Kommunikation, Marketing und Copywriting vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Wenn Sie über einen Computer mit Internetanschluss verfügen, können Sie zu jeder Tageszeit auf den Lehrplan dieses Universitätsprogramms zugreifen"

“

*Sie können die wichtigsten
Recherchetechniken
kennenzulernen, die derzeit
eingesetzt werden, um etwas
über Ihre Konkurrenten
herauszufinden"*

Das Dozententeam des Programms besteht aus Fachkräften des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Experten von führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

*Zahlreiche zusätzliche
Ressourcen ermöglichen
es Ihnen, ein umfassendes
Verständnis der wichtigsten
Kundenmanagementstrategien
zu erlangen.*

*Eine akademische Option, mit
der Sie lernen, über den Wert und
nicht über den Preis zu verkaufen.*



02 Ziele

Dieser Universitätsexperte gibt Kommunikationsprofis das nötige Rüstzeug an die Hand, um ihre eigene Karriere als freiberufliche *Copywriter* zu entwickeln. Um dieses Ziel zu erreichen, bietet TECH Videozusammenfassungen zu jedem Thema, Videos im Detail, Fachlekture und zahlreiche Fallstudien. So lernen sie die vielfältigen Leistungen von *Copywriting*, überzeugende Schreibtechniken, das Kuratieren von Inhalten und die verschiedenen bestehenden Kanäle kennen, um Synergien in der digitalen Welt zu schaffen.



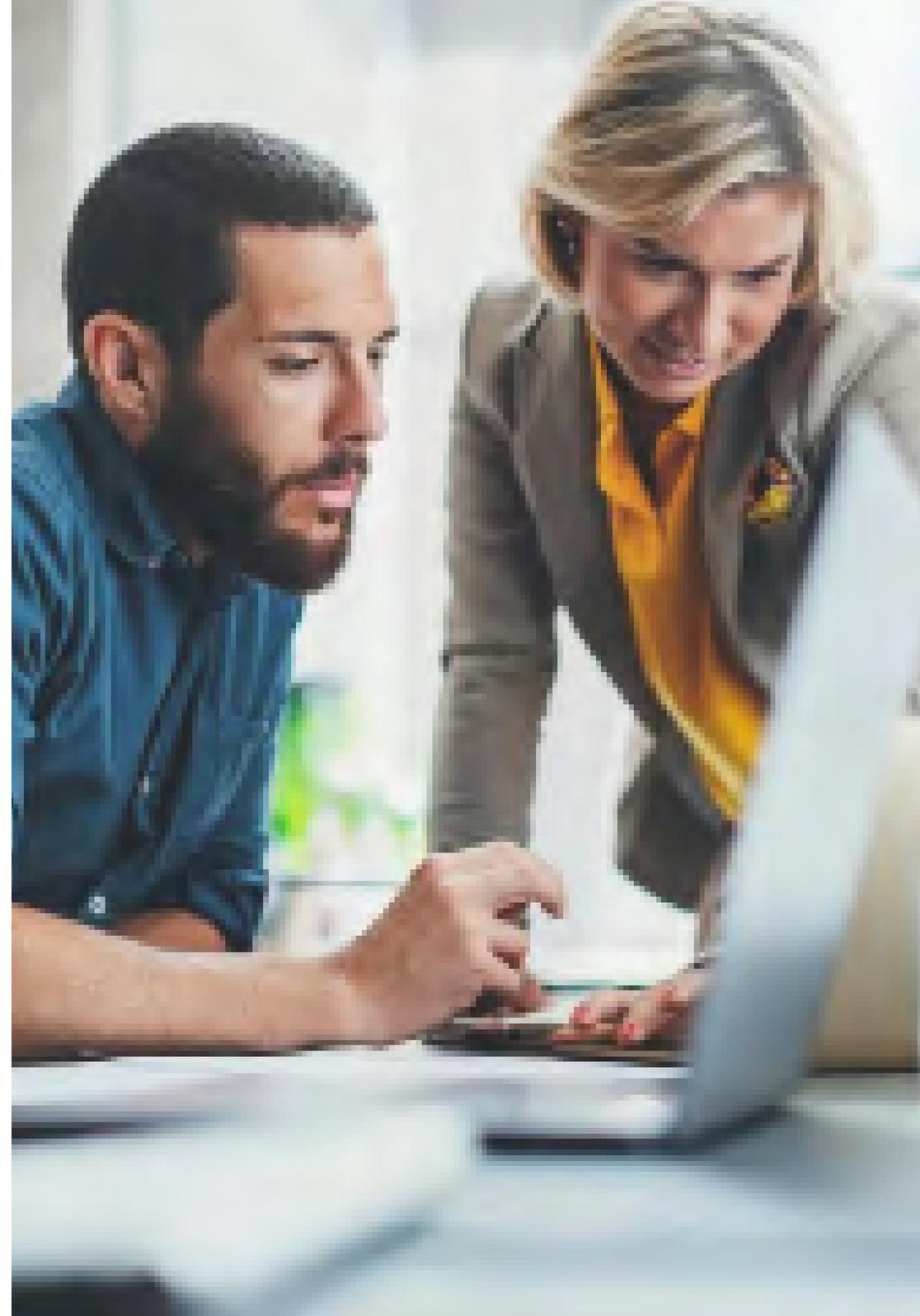
“

Wissen Sie wirklich, wie man die beste Verkaufserzählung erstellt? Finden Sie es mit diesem 100%igen Online-Universitätsabschluss heraus"



Allgemeine Ziele

- ♦ Bereitstellen eines breiten und tiefen Einblicks in den Beruf des *Copywriters* in seinen verschiedenen Facetten
- ♦ Aufzeigen der verschiedenen Bereiche, in denen *Copywriting* eingesetzt werden kann: Webseiten, Anzeigen, Markteinführungen oder *Content Marketing*
- ♦ Vermitteln eines vertieften Studiensystems für die Entwicklung des *Brandings* einer Marke mit dem *Verbal Identity Manual*
- ♦ Anbieten einer vollständigen Studie über Psychologie, Neuromarketing und *Neurocopywriting*
- ♦ Vertieftes Kennen der Beziehung zwischen Sprache und Überzeugung, Emotion und Nutzen
- ♦ Ausbilden von Experten im Bereich *Copywriting*, die in der Lage sind, einen Inhaltsplan zu erstellen und für jedes der großen sozialen Netzwerke von heute zu schreiben
- ♦ Ausbilden von Experten für Kundenservice-Management, interne Kommunikation und B2B- und B2C-Kundenakquisitionsstrategien
- ♦ Bereitstellen der Tools, um zu wissen, wie man einen Verkaufstrichter von Anfang bis Ende durchführt
- ♦ Anbieten der Werkzeuge, um zu wissen, wie man eine digitale Markteinführung entwickelt
- ♦ Anleiten zum überzeugenden Schreiben von Blogartikeln, Videodrehbüchern und Podcast-Skripten
- ♦ Ausbilden von *Copywritern*, die in der Lage sind, Anzeigen für die wichtigsten sozialen Netzwerke zu schreiben
- ♦ Anleiten zur Arbeit als freiberuflicher *Copywriter* von der ersten Minute an oder zur Arbeit für andere





Spezifische Ziele

Modul 1. *Copywriting*: Was es ist, wie man es lernt und welche Möglichkeiten es bietet

- ♦ Wissen, was *Copywriting* ist
- ♦ Wissen, was ein *Copywriter* tut
- ♦ Entwickeln der Fähigkeiten, die ein *Copywriter* braucht
- ♦ Lernen der Techniken zur Recherche über die Marke und die Konkurrenz
- ♦ Definieren des idealen Kunden
- ♦ Identifizieren universeller Kaufmotivatoren
- ♦ Erwerben von Kenntnissen über Psychologie, Neuromarketing, Marketing der Generationen und *Neurocopywriting*
- ♦ Entdecken, was Transkreation ist und wie sie gemacht wird

Modul 2. Techniken des *Copywriting*

- ♦ Identifizieren der Prinzipien der Überzeugung
- ♦ Erkennen von mehr als 12 verschiedenen *Copywriting*-Formeln
- ♦ Schreiben von effektiven Schlagzeilen
- ♦ Wissen, worum es beim *Storytelling* geht und wie man es betreibt
- ♦ Lernen, wie man Inhalte professionell kuratiert

Modul 3. Der *Freelance Copywriter*

- ♦ Lernen, wie man als *Freelance Copywriter* vom ersten Tag an mit einem Kunden zusammenarbeitet
- ♦ Wissen, wie man eine Beziehung zu einem Kunden aufbaut
- ♦ Entwerfen eines Leistungskatalogs
- ♦ Vertiefen der Angebotsdarstellung, um die Annahmquote des Angebots zu erhöhen
- ♦ Lernen, wie man Rechnungen erstellt
- ♦ Lernen, wie man Kundenstimmen sammelt
- ♦ Arbeiten mit einem Projekt-Qualitätskontrollsystem
- ♦ Lernen, wie man Projekte auf überzeugende Weise präsentiert
- ♦ Wissen, wie man Metriken im *Copywriting* verwaltet



Sie werden *Neuromarketing*,
Marketing der Generationen
und *Neurocopywriting* in nur
6 Monaten beherrschen"

03

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan für diesen Universitätsabschluss wurde von einem exzellenten Team von Fachleuten mit umfangreicher Erfahrung im Bereich *Copywriting* und Unternehmertum zusammengestellt. Auf diese Weise lernen die Studenten dieses Programms die tägliche Arbeit eines *Copywriters* kennen, die vielfältigen Möglichkeiten, die er anbieten kann, sowie die Formeln für überzeugendes Schreiben. Dieser Lehrplan legt auch einen besonderen Schwerpunkt auf die Freiberuflichkeit und alle Ressourcen, die sie benötigen, um ihre freiberufliche Tätigkeit erfolgreich ausüben zu können.



“

Begeistern Sie, überzeugen Sie und vergessen Sie nicht, mit all den Techniken zur Erstellung von Inhalten, die Ihnen dieser Universitätsabschluss vermittelt, Call to Action zu erzielen“

Modul 1. Copywriting: Was es ist, wie man es lernt und welche Möglichkeiten es bietet

- 1.1. Das Copywriting entdecken
 - 1.1.1. Was Copywriting ist und was es nicht ist
 - 1.1.2. Der Beruf des Copywriters heute
 - 1.1.3. Wo Copywriting angewendet werden kann
 - 1.1.4. Was Copywriting für eine Marke leistet
- 1.2. Schreiben lernen
 - 1.2.1. Mündliche Sprache vs. Schriftliche Sprache
 - 1.2.2. Empfehlungen zur Grammatik
 - 1.2.3. Ausdrucksmittel
 - 1.2.4. Orthographische Aspekte
- 1.3. Sich das Schreiben antrainieren
 - 1.3.1. 10 verschiedene Arten des Zählens
 - 1.3.2. Der Aufbau des Textes
 - 1.3.3. Übungen, um das Gehirn in den Wortmodus zu versetzen
 - 1.3.4. Auslöser für Ideen
 - 1.3.5. Erzwungene Assoziationen
 - 1.3.6. Übergänge
- 1.4. Die Forschungsphase
 - 1.4.1. Warum die Forschung Ihr bester Verbündeter sein wird
 - 1.4.2. Verschiedene Instrumente zur Informationsbeschaffung
 - 1.4.3. Die Kunst der Erstellung von Fragebögen
 - 1.4.4. Eigene Nachforschungen anstellen
 - 1.4.5. Wie man die gesammelten Informationen organisiert
- 1.5. Den idealen Kunden definieren
 - 1.5.1. Ist der ideale Kunde jeder?
 - 1.5.2. Hauptmerkmale
 - 1.5.3. Typologie der idealen Kunden
 - 1.5.4. Lernen, über den Wert und nicht über den Preis zu verkaufen
 - 1.5.5. Ebenen des Kundenbewusstseins



- 1.6. Universelle Kaufmotivatoren
 - 1.6.1. Was sind sie und welche Rolle spielen sie beim *Copywriting*?
 - 1.6.2. Liebe, Anziehung, Schönheit
 - 1.6.3. Geld, Status, Lebensstil
 - 1.6.4. Momente, Persönlichkeit, Gesundheit
 - 1.6.5. Sicherheit, Trend, Zeit
- 1.7. *Copywriting* und Psychologie
 - 1.7.1. Was haben *Copywriting* und Psychologie miteinander zu tun?
 - 1.7.2. Ist *Copy* ein Psychologe?
 - 1.7.3. Einfühlungsvermögen entwickeln
 - 1.7.4. Erkenntnisse systematisieren
 - 1.7.5. Aktive Sprache verwenden
- 1.8. Neuromarketing und *Neurocopywriting*
 - 1.8.1. Was ist Neuromarketing?
 - 1.8.2. Was Neuromarketing lehrt
 - 1.8.3. Wie Marken Neuromarketing nutzen
 - 1.8.4. *Neurocopywriting*
- 1.9. Das Generationenmarketing kennenlernen
 - 1.9.1. Was ist Generationenmarketing und wie beeinflusst es das *Copywriting*?
 - 1.9.2. Die stille Generation
 - 1.9.3. Die *Babyboomer*
 - 1.9.4. Die *Millennials*
 - 1.9.5. Die Generation Z
 - 1.9.6. Digital Native
- 1.10. Die Werkzeuge
 - 1.10.1. Zur Erstellung Ihrer Website
 - 1.10.2. Zur Erstellung Ihres Portfolios
 - 1.10.3. Zur Erstellung von Projektvorschlägen
 - 1.10.4. Zur Kommunikation mit Kunden
 - 1.10.5. Zum Image und Design
 - 1.10.6. Zum Kundenmanagement
 - 1.10.7. Zur Textüberarbeitung
 - 1.10.8. Zu sozialen Netzwerken
 - 1.10.9. Zum Inhalt

Modul 2. Techniken des *Copywriting*

- 2.1. Die Prinzipien der Überzeugung
 - 2.1.1. Cialdinis 6 Prinzipien der Überzeugung
 - 2.1.2. Reziprozität
 - 2.1.3. Knappheit
 - 2.1.4. Autorität
 - 2.1.5. Konsistenz
 - 2.1.6. Sympathie
 - 2.1.7. Konsens
- 2.2. Die beliebtesten Formeln für das Schreiben im *Copywriting*
 - 2.2.1. AIDA-Formel
 - 2.2.2. Die Formel der 4 P's
 - 2.2.3. Das PAS
 - 2.2.4. Die Formel der 4 U's
 - 2.2.5. Die FAB-Formel
- 2.3. Weniger häufige Formeln im *Copywriting*
 - 2.3.1. Die Sugarman-Formel
 - 2.3.2. Die BAB-Formel
 - 2.3.3. Die PASTOR-Formel
 - 2.3.4. Aforest
 - 2.3.5. Die BUCLE-Formel
 - 2.3.6. Die Stone-Formel
- 2.4. Andere Formeln, die nicht danach aussehen
 - 2.4.1. Die Formel der 3 Warum
 - 2.4.2. Die *Copywriting*-Formel 1 – 2 – 3 – 4
 - 2.4.3. Die Also-Was-Formel
 - 2.4.4. Formel der 9-Punkte
 - 2.4.5. Formel AICPBSAWN
- 2.5. Die Schlagzeilen
 - 2.5.1. Die Bedeutung einer guten Schlagzeile
 - 2.5.2. Arten von Schlagzeilen
 - 2.5.3. Recherche zur Identifizierung guter Schlagzeilen
 - 2.5.4. Die Rolle von Zwischenüberschriften

- 2.6. Schlagzeilen erstellen
 - 2.6.1. Tools zum Erstellen von Schlagzeilen
 - 2.6.2. Formeln für die Erstellung von Schlagzeilen
 - 2.6.3. Techniken und Tricks
 - 2.6.4. Beispiele für Schlagzeilen
- 2.7. Die wunderbare Welt des *Storytellings*
 - 2.7.1. Die wichtigsten Faktoren
 - 2.7.2. Die Art der Geschichten, die es gibt
 - 2.7.3. Wofür die Geschichten sind
 - 2.7.4. Wo *Storytelling* angewendet werden kann
- 2.8. Wie man gute Geschichten schreibt
 - 2.8.1. Formeln für das Geschichtenerzählen
 - 2.8.2. Die Reise des Helden
 - 2.8.3. Elemente für die Erstellung guter Geschichten
 - 2.8.4. Beispiele für Geschichten mit unterschiedlichen Zielen
- 2.9. Gehen Sie nicht ohne einen *Call to Action* (CTA)
 - 2.9.1. Die Aufforderung zum Handeln ist ein Klick
 - 2.9.2. Wie Sie einen CTA oder Aufruf zum Handeln erstellen
 - 2.9.3. Arten von Aufrufen zum Handeln
 - 2.9.4. Analyse von Beispielen für CTAs
- 2.10. Kuratierung von Inhalten
 - 2.10.1. Was ist Kuratierung von Inhalten?
 - 2.10.2. Was macht ein *Content Curator*?
 - 2.10.3. Die 10 Schritte
 - 2.10.4. Die 4 S
 - 2.10.5. Verschiedene Techniken zur Kuratierung
 - 2.10.6. Werkzeuge für die Kuratierung

Modul 3. Der *Freelance Copywriter*

- 3.1. Das Wichtigste, um ein *Freelance Copy* zu sein
 - 3.1.1. Wo man anfangen sollte
 - 3.1.2. Rechtliche Fragen: der Vertrag
 - 3.1.3. Mindestanforderungen an ein tragfähiges Geschäft
 - 3.1.4. Kanäle, über die man bekannt werden kann
 - 3.1.5. Wie man einen Job findet
 - 3.1.6. Die Bedeutung von *Networking*
- 3.2. Wie man eine Beziehung zu einem Kunden aufbaut
 - 3.2.1. Das Lead-Formular: Was ist das?
 - 3.2.2. Welche Fragen gehören in das Lead-Formular?
 - 3.2.3. Lead-Formulare
 - 3.2.4. Beispiele für verschiedene Lead-Formulare
- 3.3. Der Katalog der Dienstleistungen
 - 3.3.1. Welches sind die am meisten nachgefragten Dienstleistungen?
 - 3.3.2. Das *Copywriting*-Audit
 - 3.3.3. Die *Copywriting*-Beratung
 - 3.3.4. Webdienste
 - 3.3.5. Spezifische Dienste
 - 3.3.6. Allgemeine Preisvorstellungen
- 3.4. Wie man Angebote präsentiert, um eine hohe Annahmquote zu erreichen
 - 3.4.1. Wie man vermeidet, abgelehnt zu werden oder zu verschwinden
 - 3.4.2. Den Stein vor der eigenen Haustür lassen
 - 3.4.3. Nichts überstürzen
 - 3.4.4. Zuhören und den Kunden gut kennen lernen
 - 3.4.5. Personalisieren, indem die Vorteile hervorgehoben werden
 - 3.4.6. Genaue Angaben darüber, was enthalten ist und was nicht
 - 3.4.7. Eine Frist angeben
- 3.5. Rechnungen
 - 3.5.1. Das Wichtigste auf der Rechnung
 - 3.5.2. Reihenfolge der Follow-up-E-Mails und Inkassoforderungen
 - 3.5.3. Ländliche Grundstücke
 - 3.5.4. Nützliche Tools für Rechnungsstellung und Inkasso

- 3.6. Kundenstimmen
 - 3.6.1. Die Vorteile und Risiken der Veröffentlichung von Kundenstimmen
 - 3.6.2. Wie man schnell Kundenstimmen sammelt
 - 3.6.3. Wie und wo man *Social Proof* einsetzt
 - 3.6.4. Kundenstimmen als erfolgreiche Strategie für einige Kampagnen
- 3.7. Transkreation: auf halbem Weg zwischen *Copy* und Übersetzung
 - 3.7.1. Was ist Transkreation?
 - 3.7.2. Der Ursprung der Transkreation
 - 3.7.3. Der Prozess der Transkreation
 - 3.7.4. Anwendungen der Transkreation
 - 3.7.5. Lächeln und Tränen (erfolgreiche und erfolglose Implementierungsfälle)
- 3.8. Der Leitfaden zur Qualitätskontrolle
 - 3.8.1. Die zu prüfenden Elemente vor der Lieferung eines Projekts
 - 3.8.2. Eine Kontrolle der Aufmerksamkeit
 - 3.8.3. Die mathematischen Filter eines Textes
 - 3.8.4. Grammatik und Stil
- 3.9. Projektauslieferung
 - 3.9.1. Wie und warum man Texte nicht in Word liefert
 - 3.9.2. Die Struktur eines guten Projektlieferdokuments
 - 3.9.3. Die Präsentationssitzung
 - 3.9.4. Die Präsentation der *Copy* in *Wireframes*
 - 3.9.5. Was zu tun ist, wenn der Kunde Nein sagt
- 3.10. Metriken für *Copywriter*
 - 3.10.1. Warum es wichtig ist, zu messen
 - 3.10.2. KPIs beim *Copywriting*
 - 3.10.3. Die Werkzeuge
 - 3.10.4. Wie man es dem Kunden verkauft



Dieses Programm wird Ihnen dabei helfen, Ihr Portfolio als Freelancer zu verkaufen und wirklich effektive Budgets zu erstellen. Schreiben Sie sich jetzt ein"

04

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

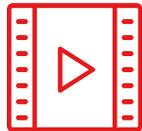
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



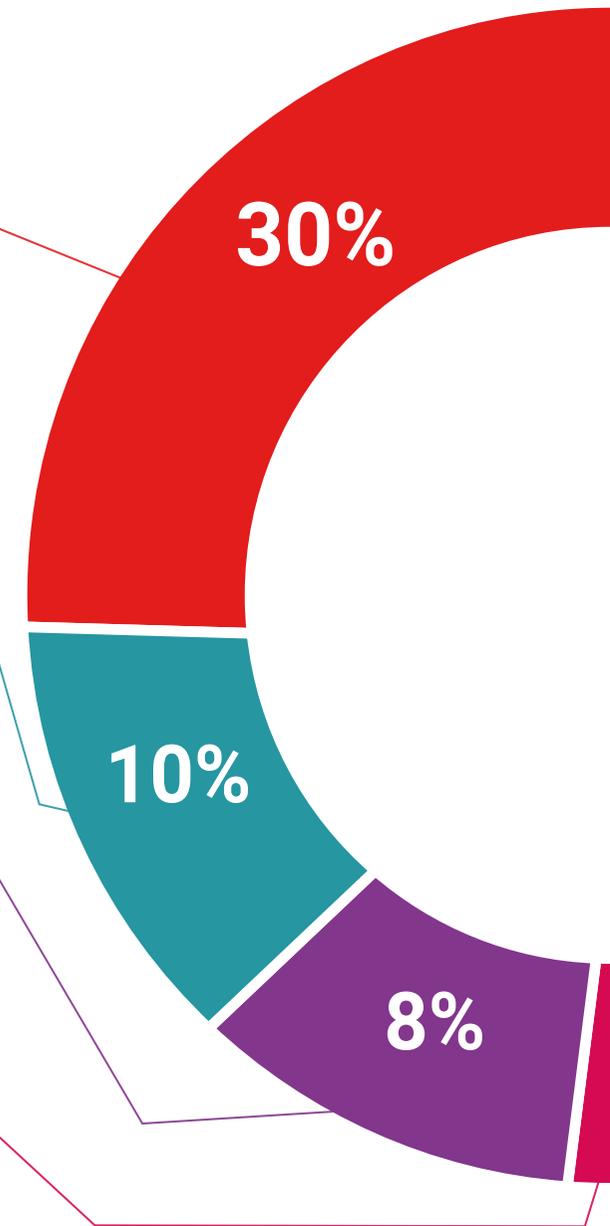
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

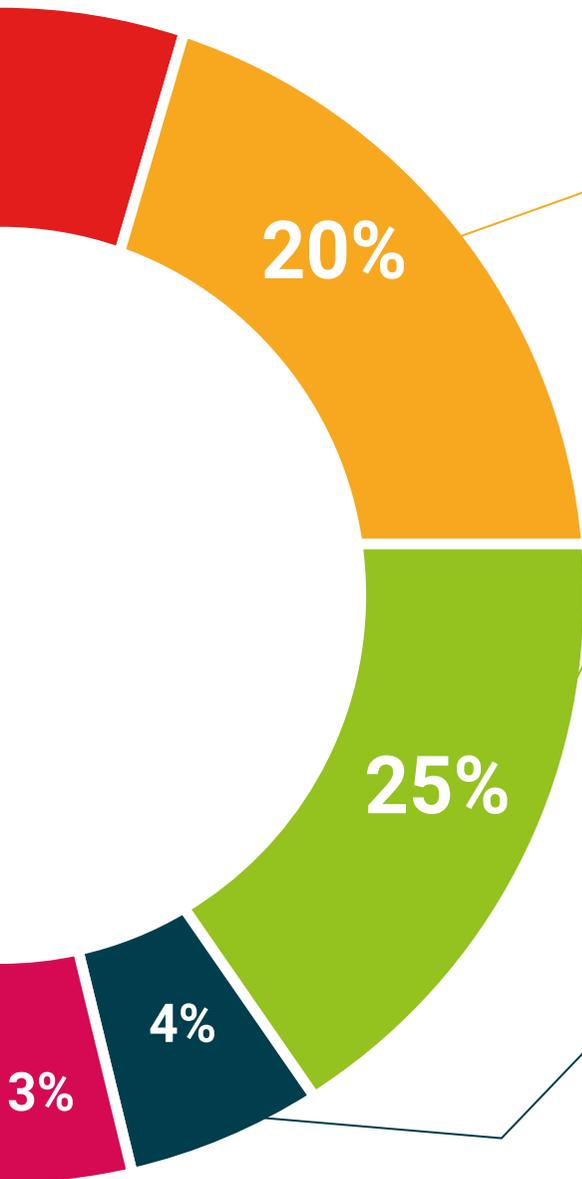
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



05

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Freelance Copywriting garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm
erfolgreich ab und erhalten Sie
Ihren Universitätsabschluss ohne
lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Freelance Copywriting** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH**

Technologischen Universität.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Freelance Copywriting**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Monate**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Freelance Copywriting

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Freelance Copywriting