

Universitätskurs

Copywriting für Internet und Soziale Medien





Universitätskurs

Copywriting für Internet und Soziale Medien

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/copywriting-internet-soziale-medien

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Die Erstellung von fesselnden Geschichten, die mit der Markenidentität übereinstimmen und das Publikum im Internet und in den sozialen Medien ansprechen, ist nach wie vor eine Herausforderung für *Copywriter*, die auch Best Practices für die SEO-Optimierung und effektive Handlungsaufforderungen berücksichtigen müssen. Eine Herausforderung, die dank dieses 100%igen Online-Programms von TECH viel leichter zu bewältigen sein wird.

Es handelt sich um ein fortgeschrittenes Programm mit einem umfassenden Lehrplan und praktischer Anwendung, das von den besten Spezialisten auf diesem Gebiet entwickelt wurde. Und das alles mit einer Methode, die es den Studenten ermöglicht, ihre Studienzzeit selbst zu verwalten und auf das Programm zuzugreifen, wann und wo immer sie wollen, von einem digitalen Gerät mit Internetanschluss aus.



“

*Schreiben Sie sich jetzt für einen
Universitätskurs ein, der Ihr Potenzial
als Copywriter in nur 12 Wochen
steigern wird"*

Eines der mächtigsten Werkzeuge, die ein *Copywriter* hat, ist das Wort. Daher ist es wichtig, es zu beherrschen, um emotionale und überzeugende Inhalte zu erstellen. Aber nur die Beherrschung des Wortes reicht aus, um eine Wirkung beim Leser zu erzielen. Es ist wichtig, die Techniken zu kennen, die für die Erstellung von Texten verwendet werden, unabhängig davon, ob sie auf das Web oder soziale Netzwerke ausgerichtet sind, Kanäle, die für Unternehmen und Fachleute von großer Bedeutung sind.

Aus diesem Grund benötigt die Fachkraft, die in diesem wachsenden Sektor vorankommen möchte, fortgeschrittene Kenntnisse sowohl der Technik als auch der Arbeitsmethodik und -strategien, um in diesem Bereich hervorragende Arbeit zu leisten. Deshalb wurde dieser Universitätskurs von TECH entwickelt, um in nur 12 Wochen die fortschrittlichsten Kenntnisse zu vermitteln.

All dies wird auch dank des ausgezeichneten Lehrplans möglich sein, der von den Lehrkräften dieses Studiengangs entwickelt wurde, die sich aus angesehenen *Copywritern*, Kommunikatoren und Marketingexperten zusammensetzen. Auf diese Weise lernen die Studenten die Besonderheiten der wichtigsten sozialen Netzwerke und die Erstellung von Texten für jedes von ihnen, *UX Writing* und *Brand Engagement* sowie das Schreiben von überzeugenden Inhalten auf jeder Seite einer Website kennen.

Mit dem *Relearning*-System, das von dieser Einrichtung in jedem ihrer Programme eingesetzt wird, kann der Student außerdem einen sehr viel agileren und effizienteren Lernprozess erreichen, indem er die Stunden, die er für das Studium aufwendet und die bei anderen Lehrmethoden so hoch sind, reduziert.

Die Fachkraft hat also die großartige Möglichkeit, sich Kenntnisse anzueignen, die es ihr ermöglichen, in diesem Sektor voranzukommen. Und das alles durch eine einzigartige und flexible akademische Option. Alles, was sie benötigt, ist ein Mobiltelefon, ein Tablet oder ein Computer mit Internetanschluss, um zu jeder Tageszeit die Inhalte dieser hochwertigen Fortbildung abzurufen.

Dieser **Universitätskurs in Copywriting für Internet und Soziale Medien** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ 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
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Lektionen, 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



Mit diesem Programm verbessern Sie die Erfahrung des Benutzers über den Besuch der Website hinaus"

“

Ein Universitätsabschluss mit dem besten Lehrmaterial, 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche zugänglich"

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

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes 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.

Ein Kurs, der Sie Schritt für Schritt durch den Prozess des Verfassens eines überzeugenden Werbebriefs führt.

Dank des Relearning-Systems müssen Sie nicht stundenlang lernen, sondern können sich auf die Festigung der wichtigsten Konzepte konzentrieren.



02 Ziele

Das Ziel dieses Universitätskurses ist es, den Studenten die fortschrittlichsten Techniken, Arbeitsmethoden und Verfahren zu vermitteln, die von *Copywritern* bei der Erstellung von Inhalten für das Web und soziale Medien eingesetzt werden. Zu diesem Zweck stellen die Experten dieses Studiengangs Fallstudien zur Verfügung, anhand derer die Studenten die erfolgreichsten Strategien in ihr tägliches Leben integrieren und auch die häufigsten Fehler vermeiden können.





“

Schreiben Sie mit den in diesem Kurs erworbenen Kenntnissen effektive Skripte für Podcasts“



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, Videorehbüchern 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

- ♦ Lernen, wie man die Texte auf einer Homepage, in den Rubriken Über uns, Dienstleistungen und Verkauf erstellen oder überarbeiten kann
- ♦ Lernen, wie man Texte für einen Online-Shop und Produktblätter erstellt oder überarbeitet
- ♦ Eingehen auf einen speziellen Zweig des *Copywritings*: *UX Writing*
- ♦ Lernen, wie man alle Botschaften verwaltet und schreibt, die mit dem Online-Erlebnis des Kunden zu tun haben
- ♦ Lernen, was *Content Marketing* ist und wie man *Copywriting* in seiner Strategie einsetzt
- ♦ Lernen, was die Besonderheiten der wichtigsten sozialen Netzwerke sind (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Twitter) und wie man dort am effektivsten Botschaften verfasst
- ♦ Beschreiben der Besonderheiten von Video-Skripten und Podcasts und wie man sie effektiv verfasst
- ♦ Lernen, wie man Blogartikel schreibt
- ♦ Verwalten und Verfassen aller Nachrichten, die zum Online-Erlebnis des Kunden gehören
- ♦ Lernen, was *Keywords* sind und wie sie verwendet werden
- ♦ Erstellen eines Inhaltskalenders
- ♦ Vertiefen der Messung der Ergebnisse

03

Kursleitung

TECH hat ein rigoroses Auswahlverfahren sowohl für die Leitung als auch für den Lehrkörper durchgeführt, die das Programm durchführen. Hervorragende Fachleute mit umfangreicher Erfahrung in der Branche, deren Arbeit für Kommunikationsagenturen und prestigeträchtige Marken eine Garantie für Studenten ist, die von den besten Experten lernen möchten. Außerdem können sie aufgrund ihrer räumlichen Nähe eventuelle Fragen über den Inhalt dieses Universitätskurs klären.



“

*Erhalten Sie eine erstklassige
Lernerfahrung dank der hohen
Kompetenz unseres Dozententeams
in der Welt des Copywritings"*

Leitung



Hr. Berenguer Falcó, José

- ♦ Chefredakteur bei PcComponentes und Copywriter für professionelle Agenturen und Marken
- ♦ Innovationsberater bei Barrabés.biz
- ♦ *Social Media* und Copywriter bei Cacahuete Comunicación
- ♦ Chefredakteur bei DiegoCoquillat.com
- ♦ Chefredakteur bei 10 Restaurantes.Es
- ♦ Layouter und Texter bei Difussion Media
- ♦ SEO-Texter für verschiedene Kommunikationsagenturen
- ♦ Kommunikationsdirektor bei Eco Expansion
- ♦ Leiter der Abteilung Presse und Kommunikation bei der Anwaltskammer von Elche
- ♦ Leiter der Kommunikationsabteilung des Europäischen Zentrums für innovative Unternehmen in Elche
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus

Professoren

Hr. Egea, Adrián

- ♦ Manager für Soziale Medien und Online-Kommunikation bei Cacahuete Comunicación
- ♦ Copywriter für PcComponentes
- ♦ Copywriter für Unancor
- ♦ Journalist bei TeleElx
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus von der Universität Miguel Hernández



04

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Studiengangs gibt den Studenten das nötige pädagogische Rüstzeug an die Hand, um attraktive und überzeugende Inhalte für das Web und soziale Netzwerke erstellen zu können. All dies auf der Grundlage eines Lehrplans, der einen theoretisch-praktischen Ansatz verfolgt und sehr nützlich für ihre tägliche berufliche Leistung ist. Darüber hinaus steht dem Studenten das gesamte Material, das von einem Lehrkörper mit fundierter Erfahrung in diesem Sektor erstellt wurde, in der umfangreichen virtuellen Bibliothek zur Verfügung, die Bestandteil dieses 100%igen Online-Programms ist.



“

Ein vollständiger Lehrplan, der Ihnen die wichtigsten Techniken zur Erstellung attraktiver Inhalte für das Web vermittelt"

Modul 1. Copywriting für Internet

- 1.1. Die Startseite
 - 1.1.1. Funktionen der Startseite
 - 1.1.2. Das Nutzenversprechen
 - 1.1.3. Die Marketingbotschaft
 - 1.1.4. Der rote Faden
 - 1.1.5. Der Hauptteil des Textes
 - 1.1.6. Die Aufforderung zum Handeln
 - 1.1.7. Ressourcen
 - 1.1.8. Messung der Website
- 1.2. Die Seite Über uns
 - 1.2.1. Funktionen der Seite Über uns
 - 1.2.2. Struktur
 - 1.2.3. Zeigen, wer hinter der Marke steht
 - 1.2.4. Tipps
 - 1.2.5. Emotionen hinzufügen
- 1.3. Die Service-Seite
 - 1.3.1. Hauptziel der Service-Seite
 - 1.3.2. Die Erstellung des Angebots
 - 1.3.3. Arten von Angeboten
 - 1.3.4. Die Struktur der Angebotsseite
- 1.4. Der Verkaufsbrief oder die Verkaufsseite
 - 1.4.1. Wichtigkeit und Funktion der Verkaufsseite
 - 1.4.2. *Landing Page* vs. Verkaufsseite
 - 1.4.3. Aufbau und wesentliche Elemente von Werbebriefen
 - 1.4.4. Verkaufsseiten im Videoformat
 - 1.4.5. Andere *Landing Pages*
- 1.5. Online Shop-Seiten und Produktseiten
 - 1.5.1. Allgemeine Merkmale von Online-Shops
 - 1.5.2. Struktur des *E-Commerce*
 - 1.5.3. Die Bedeutung von Produktblättern
 - 1.5.4. Wie man sie erstellt, um mehr zu verkaufen





- 1.6. *UX Writing* oder wie man das Benutzererlebnis durch seine Texte verbessert
 - 1.6.1. *UX Writing* verstehen
 - 1.6.2. Was ist *UX Writing*
 - 1.6.3. Unterschiede zwischen *UX Writing* und *Copywriting*
 - 1.6.4. Microcopy und *UX Writing*
- 1.7. *UX Writing* und Marken-Engagement
 - 1.7.1. *Onboardings*
 - 1.7.2. *Call-to-Action*-Schaltflächen
 - 1.7.3. Produktbeschreibungen
 - 1.7.4. Formulare
 - 1.7.5. Bestätigungsnachrichten
 - 1.7.6. Nachrichten zur Passwortwiederherstellung und E-Mail-Bestätigung
 - 1.7.7. Erfolgsmeldungen
 - 1.7.8. Leere Zustände (*Empty States*)
 - 1.7.9. *Timeout*-Meldungen
 - 1.7.10. Leitfaden für häufig gestellte Fragen
 - 1.7.11. Fehlermeldungen
- 1.8. Inklusion und Vielfalt im *UX Writing*
 - 1.8.1. Die Bedeutung der Zugänglichkeit in unseren Texten
 - 1.8.2. Publikumsvielfalt und Benutzererfahrung
 - 1.8.3. Die Rolle der Sprache bei der Benutzererfahrung
 - 1.8.4. Richtlinien für das Schreiben unserer Texte auf eine integrative Weise
- 1.9. Zugänglichkeit und *UX Writing*
 - 1.9.1. Die Bedeutung der Zugänglichkeit in Texten
 - 1.9.2. Wie wir unsere Texte zugänglich machen
 - 1.9.3. Bildschirmleser
 - 1.9.4. Das ALT-Attribut
- 1.10. *UX Writer* als Spezialisierung
 - 1.10.1. Das Profil des *UX Writer*
 - 1.10.2. Erforderliche Fertigkeiten
 - 1.10.3. Nützliche Ressourcen
 - 1.10.4. Abschließende Überlegungen

Modul 2. *Copywriting für Content Marketing* und soziale Medien

2.1. Die neue Art des Verkaufens verstehen

- 2.1.1. Was ist *Content Marketing*?
- 2.1.2. Arten von Inhalten, die wir erstellen können
- 2.1.3. Artikel
- 2.1.4. Befragungen
- 2.1.5. Listen
- 2.1.6. Nachrichten
- 2.1.7. Videos
- 2.1.8. Geschichten (*Storytelling*)
- 2.1.9. Erfolgsgeschichten
- 2.1.10. Gastartikel
- 2.1.11. Infografiken, Statistiken oder Grafiken

2.2. Tools zur Generierung von Ideen für Inhalte

- 2.2.1. Spezielle Online-Tools
- 2.2.2. Chat GPT
- 2.2.3. Recycling von Themen
- 2.2.4. Kuratierung von Inhalten
- 2.2.5. FAQ (häufig gestellte Fragen)

2.3. Soziale Netzwerke: große Verbündete des *Copywritings*

- 2.3.1. *Copywriting* für soziale Netzwerke
- 2.3.2. Identifizierung der Konkurrenz
- 2.3.3. Ihre *Follower* kennen
- 2.3.4. Feedback einholen

2.4. Besonderheiten der einzelnen sozialen Netzwerke

- 2.4.1. *Copy* für Facebook
- 2.4.2. *Copy* für Instagram
- 2.4.3. *Copy* für Pinterest
- 2.4.4. *Copy* für TikTok

2.5. *Copywriting* für LinkedIn

- 2.5.1. *Copy* im Banner
- 2.5.2. *Copy* im Profil
- 2.5.3. *Copy* im Abschnitt „Über“
- 2.5.4. Die Arten der zu veröffentlichenden Inhalte
- 2.5.5. Andere Aspekte des beruflichen Netzwerks

2.6. *Copywriting* für Audio- und Videoskripte

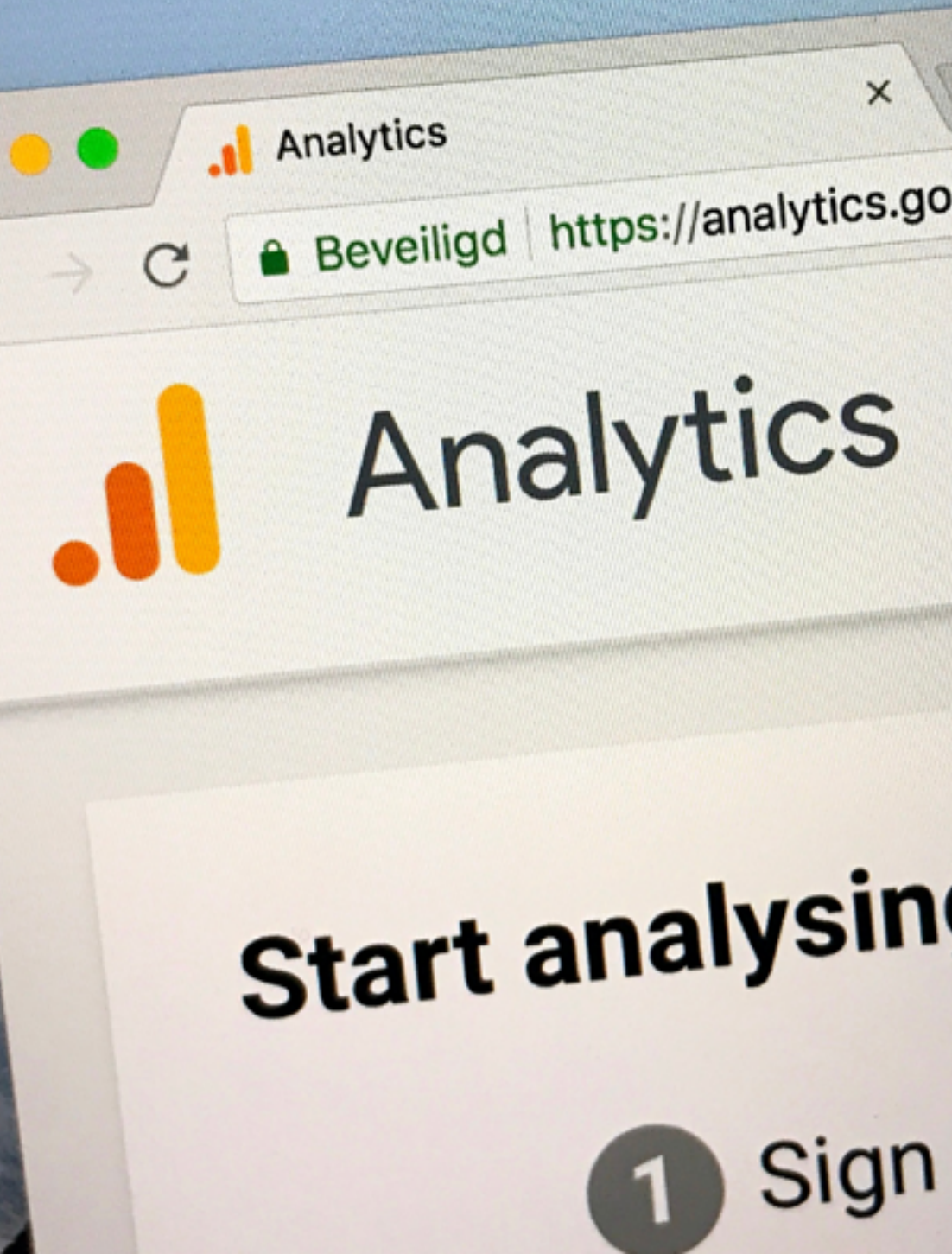
- 2.6.1. Audio oder Video
- 2.6.2. *Videopodcast*: das Beste aus beiden Welten
- 2.6.3. Wie man Videos für Youtube macht
- 2.6.4. Die Bedeutung eines *Podcast*-Skripts
- 2.6.5. Wie man Schritt für Schritt ein *Podcast*-Skript erstellt
- 2.6.6. Messen und Konvertieren mit einer *Podcast*-Strategie

2.7. *Copywriting* für Blogs

- 2.7.1. Kennen Sie Ihr Publikum - was würden Sie lesen wollen?
- 2.7.2. Welche Wörter man wählen sollte
- 2.7.3. Wie man den Artikel strukturiert
- 2.7.4. Welche Bilder auszuwählen sind
- 2.7.5. Wie man SEO verbessern kann

2.8. *Keywords* für eine SEO-Strategie

- 2.8.1. *Keyword*-Quellen
- 2.8.2. Tools für die *Keyword Research*
- 2.8.3. Organisieren einer *Keyword Research*
- 2.8.4. *Search Intent*
- 2.8.5. *Buyer Journey*
- 2.8.6. Die SERP analysieren



2.9. Der Content-Plan

- 2.9.1. Analyse der Situation
- 2.9.2. Definition von Zielen und KPIs
- 2.9.3. Zielpublikum
- 2.9.4. Definition der *Content*-Strategie
- 2.9.5. Definition von Kanälen
- 2.9.6. Redaktionskalender
- 2.9.7. Messung der Ergebnisse

2.10. Copy für *Merchandising*, *Packaging* und andere physische Formate

- 2.10.1. Die Vorteile von *Copy* in physischen Formaten
- 2.10.2. Verpackungen und Etiketten
- 2.10.3. Werbung und Beschilderung
- 2.10.4. Dokumentation und Rechnungen
- 2.10.5. Geschäft, Büro oder physischer Standort



Erfahren Sie, wie Sie mit Chat GPT Ideen für Inhalte generieren und diese in Ihre zukünftigen Projekte einfließen lassen können"

05

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.



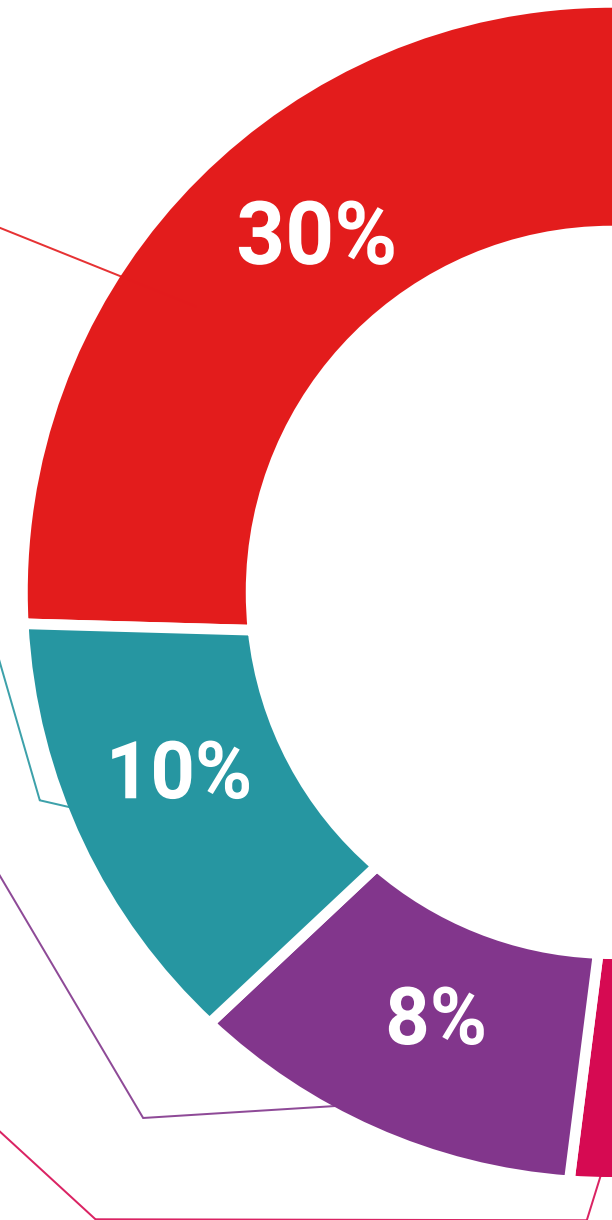
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

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.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Copywriting für Internet und Soziale Medien 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 **Universitätskurs in Copywriting für Internet und Soziale Medien** 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: **Universitätskurs in Copywriting für Internet und Soziale Medien**

Modalität: **online**

Dauer: **12 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 innovativität
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Copywriting für Internet
und Soziale Medien

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Copywriting für Internet und Soziale Medien

