

Universitätskurs

Copywriting



tech technologische
universität

Universitätskurs

Copywriting

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

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

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

In einem zunehmend wettbewerbsintensiven digitalen Umfeld, in dem das Bild die Oberhand gewonnen hat, ist das Wort dank der Formeln des *Copywriting* immer noch lebendig. Die Kunst des Geschichtenerzählens, die einem Produkt, einer Dienstleistung oder einer Marke einen Wert verleiht, ist für die Gewinnung von Kunden und den Verkauf unverzichtbar geworden. Die Beherrschung von Sprache, Kreativität und Überzeugungskraft, die mit diesem von TECH entwickelten 100%igen Online-Programm erreicht werden kann. Ein Studium mit theoretischem und praktischem Inhalt, das von echten Spezialisten in diesem Bereich unterrichtet wird, die sich mit den wichtigsten Werkzeugen und Techniken für die Erstellung von fesselnden Botschaften, die Entwicklung von brillantem *Storytelling* oder *Content Curation* befassen. Eine hervorragende Gelegenheit, sich mit den besten Experten beruflich weiterzuentwickeln.





“

*Dank dieses Universitätskurses
werden Sie in nur 6 Wochen zu einem
exzellenten Copywriting-Profi"*

Heutzutage hat die Verbreitung von Unternehmen im Internet zu einem größeren Wettbewerb um Sichtbarkeit und Umsatz geführt. Herkömmliches Marketing oder Werbung reichten jedoch nicht aus, um wirklich zu überzeugen. Stattdessen hat sich das *Copywriting* eine wichtige Nische erobert und die Figur des *Copywriters* hervorgebracht, der von Unternehmen und spezialisierten Agenturen stark nachgefragt wird.

In diesem Zusammenhang ist es unerlässlich, dass alle Kommunikationsprofis, die ihre Karriere in diesem Bereich ausrichten möchten, ein klares Verständnis davon haben, was *Copywriting* ist, wie man es lernt und wie man Psychologie und Neuromarketing zu seinem Vorteil nutzen kann. Der Universitätskurs in Copywriting, der von TECH entwickelt wurde, um das fortschrittlichste und aktuellste Wissen in diesem Bereich zu vermitteln, vertieft sich in diese Richtung.

Es handelt sich um ein Programm mit 150 Unterrichtsstunden, das die aktuellsten Informationen über die Dokumentations- und Recherchephase vor dem Schreiben, die Festlegung von Zielen, um den Kunden oder die *Buyer Persona* zum Handeln aufzufordern, und die psychologischen Faktoren, die den Kauf beeinflussen.

Die Techniken, die in dieser Disziplin verwendet werden, nehmen einen besonderen Platz in diesem Studiengang ein. So lernen die Studenten die wichtigsten Formeln für die Erstellung von Nachrichten, das *Storytelling* und die Techniken der Kuratierung von Inhalten. All dies mit multimedialem Lehrmaterial, auf das man zu jeder Tageszeit bequem von einem elektronischen Gerät mit Internetanschluss zugreifen kann.

Diese akademische Einrichtung bietet ihnen also die großartige Möglichkeit, einen Universitätsabschluss auf höchstem Niveau zu erwerben und gleichzeitig ihre persönlichen und/oder beruflichen Verpflichtungen mit ihrem täglichen Leben in Einklang zu bringen.

- » Dieser **Universitätskurs in Copywriting** 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
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ 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



Verbessern Sie Ihre Fähigkeiten, um ein hervorragender Copywriter zu werden und bei großen spezialisierten Werbeagenturen einzusteigen"

“

Sie haben 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche Zugang zu einer Bibliothek mit Lehrmitteln"

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.

Sie werden die wichtigsten Copywriting-Formeln beherrschen, die von den besten Profis der Branche verwendet werden.

Mit diesem Programm lernen Sie, wie Sie exzellente Geschichten schreiben und diese erfolgreich an Ihre Kunden weitergeben können.



02 Ziele

Das Ziel dieses Universitätskurses ist es, den Studenten die relevantesten und aktuellsten Informationen über *Copywriting* zu vermitteln. Auf diese Weise wird Ihnen dieses Programm eine Welt voller Möglichkeiten in einem wachsenden Sektor eröffnen. Um dieses Ziel erfolgreich zu erreichen, haben sie Zugang zu zahlreichen Lehrmaterialien und einem spezialisierten Dozententeam mit langjähriger Erfahrung in diesem Berufsfeld.



“

Verbessern Sie Ihre kreativen und überzeugenden Fähigkeiten mit den zahlreichen Beispielen, die Ihnen dieser Universitätsabschluss bietet"



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

- ♦ 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
- ♦ 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



Informieren Sie sich bequem über die neuesten Entwicklungen im Neuromarketing, Marketing der Generationen und Neurocopywriting"

03

Kursleitung

Den Studenten, die diesen Abschluss belegen, steht ein exzellentes Team von Spezialisten für Kommunikation, Marketing und vor allem für *Copywriting* zur Verfügung. Dank ihrer umfangreichen Erfahrung in diesem Bereich verfügen die Studenten über einen fortgeschrittenen Lehrplan, der in der heutigen digitalen Umgebung von großem Nutzen ist. Außerdem können Sie dank der Nähe des Lehrpersonals alle Fragen zu den Inhalten dieses Programms klären.



“

Sie verfügen über einen Lehrkörper mit umfassender Erfahrung in den Bereichen Kommunikation, Marketing und Copywriting, mit dem Sie alle Fragen bezüglich des Lehrplans klären können"

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

Fr. Mas Valle, Alba

- ♦ Autorin von Inhalten bei pccomponentes.com
- ♦ Autorin von Inhalten für Kommunikationsagenturen
- ♦ Dozentin bei der Sorolla-Gruppe
- ♦ Koordinatorin und Förderin multidisziplinärer Aktivitäten an der Universität Miguel Hernández
- ♦ Hochschulabschluss in Sozial- und Gesundheitswissenschaften
- ♦ Masterstudiengang in Sekundarschulbildung
- ♦ Universitätsexperte in Teamführung und Talentmanagement
- ♦ Höhere Berufsausbildung in Förderung der Gleichberechtigung
- ♦ AWAI's Accelerated Program for Six-Figure Copywriting

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“

04

Struktur und Inhalt

Dieses Universitätsprogramm soll Kommunikationsfachleuten die Schlüsselkonzepte des *Copywritings* sowie die Techniken für überzeugendes Schreiben und das Handwerkszeug zur Erstellung einer eigenen Website, eines Portfolios oder von Projektvorschlägen zur Gewinnung neuer Kunden vermitteln. Ein umfassender und intensiver Lehrplan, der durch zahlreiche zusätzliche didaktische Ressourcen ergänzt wird, auf die sie 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche Zugriff haben werden.



“

*Eine einzigartige, wichtige
und entscheidende
Fortbildungserfahrung, die Ihre
berufliche Entwicklung fördert"*

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 der *Copywriter* 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

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.



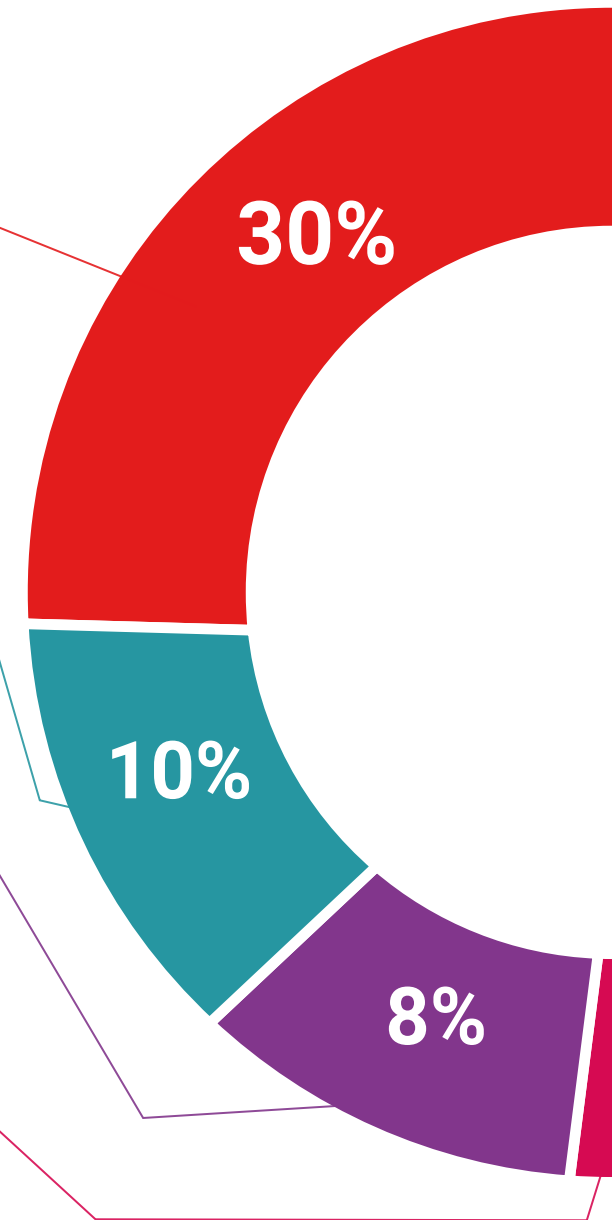
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

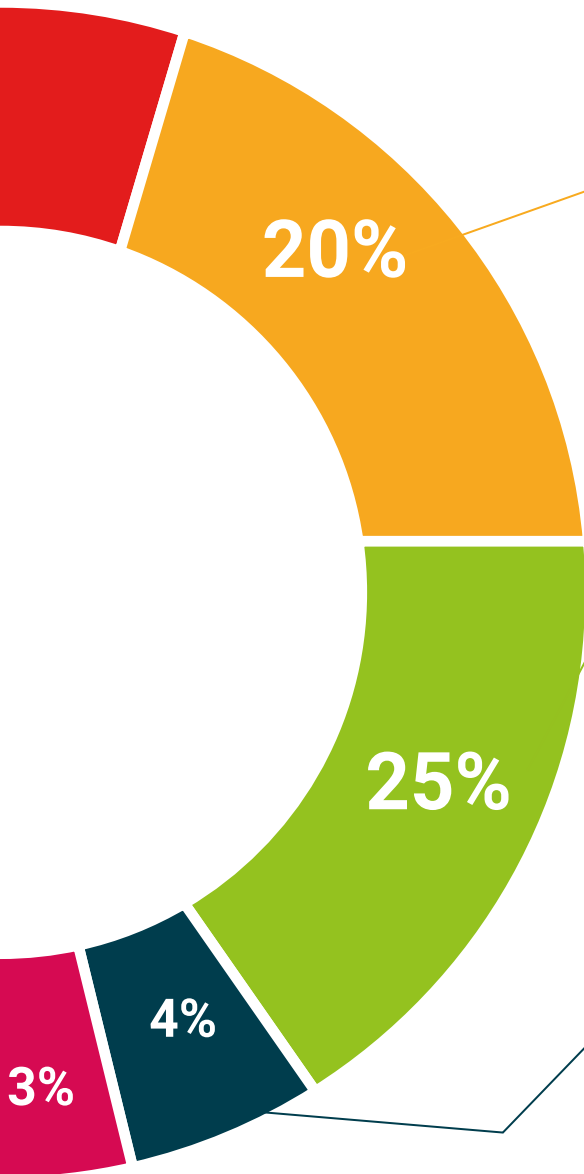
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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.



0 5

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Copywriting del Programa 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** 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**

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 innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Copywriting

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

Universitätskurs Copywriting

