
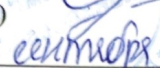


Общество с Ограниченной Ответственностью  
«Импульс Образования»

УТВЕРЖДЕНО  
Генеральный директор,  
ООО «Импульс Образования»  
 Л.Р.Сагитова  
(подпись)  
« 5 »  2021

**ПРОГРАММА  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ  
«Копирайтинг и работа с текстами»**

144 часа

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Томск 2021

## ИМПУЛЬС ОБРАЗОВАНИЯ

### УЧЕБНЫЙ ПЛАН программы повышения квалификации «Копирайтинг и работа с текстами»

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Общая трудоемкость, ч	Всего контактн. ч	Контактные часы			СРС, ч	Формы контроля
				лекции	лабора торны е работ ы	практиче ские и семинарс кие занятия		
I	<b>Модуль 1. Копирайтинг</b>	<b>140</b>	<b>70</b>	<b>12</b>		<b>58</b>	<b>70</b>	Зачет
II	Итоговая аттестация	4	2			2	2	<b>Итоговая проектная работа</b>
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>12</b>		<b>60</b>	<b>72</b>	
Итоговая аттестация		Итоговая проектная работа						

## ИМПУЛЬС ОБРАЗОВАНИЯ

### УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН программы повышения квалификации «Копирайтинг и работа с текстами»

**Категория слушателей:** – лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование

**Срок обучения:** – 6 недель

**Форма обучения:** – очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий

**Режим занятий:** – от 2 до 8 часов в день

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Общая трудоемкост ь, ч	Всего контак тн. ч	Контактные часы			СРС, ч	Формы контроля
				лекц ии	лабор аторн ые работ ы	практиче ские и семинарс кие занятия		
<b>I</b>	<b>Модуль 1. Инструментарий копирайтинга</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>12</b>		<b>60</b>	<b>72</b>	
	Приветствие на программе. Введение в проект	2					2	
1	<b>Раздел 1. Копирайтинг как инструмент маркетинговой деятельности.</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>2</b>		<b>6</b>	<b>8</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
1.1	Тема 1. Маркетинговая ценность рекламных текстов и пути ее достижения.	6	4	2		2	2	
1.2	Тема 2. Цели и задачи копирайтинга. Области применения навыков. Обязанности копирайтера .	4	2			2	2	

1.3	Тема 3. Приемы повышения выразительности рекламного текста.	6	2			2	4	
2	<b>Раздел 2. Копирайтинг для сайтов</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>2</b>		<b>8</b>	<b>10</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
2.1	Тема 1. Особенности использования копирайтинга для сайтов. Основы SEO-продвижения	10	6	2		4	4	
2.2	Тема 2. Формирование семантического ядра, создание SEO-оптимизированных статей для сайтов и лендингов.	10	4		0	4	6	
3	<b>Раздел 3. Копирайтинг для социальных сетей.</b>	<b>34</b>	<b>18</b>	<b>2</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
3.1	Тема 1. Типы и задачи контента в социальных сетях и мессенджерах.	2	2	2				
3.2	Тема 2. Информационный/новостной, полезный/развлекательный, вирусный/рекламный текстуальный контент.	10	4			4	6	
3.3	Тема 3. Создание кроссмедийного текста с адаптацией под разные социальные медиа.	4	2			2	2	
3.4	Тема 4. Основы сторителлинга. Внедрение SEO-маркеров в тексты в социальных сетях	8	4			4	4	

3.5	Тема 5. Стратегия использования хештегов. Создание малой и большой статейной формы с использованием хэштегов.	4	2			2	2	
3.6	Тема 6. Разработка рекламных креативов для использования в таргетированной рекламе	6	4			4	2	
4	<b>Раздел 4. Копирайтинг для емейл-маркетинга, баннерной и контекстной рекламы</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>2</b>		<b>14</b>	<b>18</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
4.1	Тема 1. Особенности Email-маркетинга в различных видах бизнеса: онлайн-торговля, услуги, образование, медиа, b2b.	8	2			2	6	
4.2	Тема 2. Структура email-письма. Тема, преheader, header, заголовок, контентная часть, СТА, футер. Формы подписки, лид-магниты.	8	2	2			6	
4.3	Тема 3. Разработка Email-стратегии. Понятие серий и цепочек писем. Настройка приветственного письма.	8	6			6	2	
4.4	Тема 4. Триггерные и транзакционные рассылки	4	2			2	2	
4.5	Тема 5. Копирайтинг для объявлений контекстной и баннерной рекламы	6	4			4	2	
5	<b>Раздел 5. Копирайтинг для СМИ</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>2</b>		<b>8</b>	<b>4</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>

5.1	Тема 1. Технология создания пресс-релизов.	4	4	2		2		
5.2	Тема 2. Стилистические приемы, используемые в копирайтинге	4	2			2	2	
5.3	Тема 3. Особенности создания заголовков	6	4			4	2	
6	<b>Раздел 6. Работа копирайтером. Перспективы и возможности. Организация рабочего процесса.</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>		<b>6</b>	<b>12</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
6.1	Тема 1. Работа копирайтером. Поиск первых клиентов. Перспективы и возможности. Нормативно-правовые аспекты самозанятости	12	4	2		2	8	
6.2	Тема 2. Разработка и оформление портфолио. Презентация себя и своих услуг.	8	4			4	4	
II	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>4</b>	<b>2</b>			<b>2</b>	<b>2</b>	<b>Итоговая проектная работа</b>
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>12</b>		<b>60</b>	<b>72</b>	

## ИМПУЛЬС ОБРАЗОВАНИЯ

### «Копирайтинг и работа с текстами»

#### ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Копирайтинг и работа с текстами» позволит слушателям получить представление о продвижении проектов различной направленности, о создании коммерческих, рекламных текстов для дальнейшего использования в интернет-маркетинге, наружной рекламе, печатной рекламе, средствах массовой информации и организации рабочего процесса копирайтера. Ознакомит с основными понятиями, принципами, методологией планирования и организацией бизнеса.

Предлагаемая программа реализуется в формате Школы, предполагающей интенсивное погружение в 6 основных раздела рекламных текстов. В программе также предусмотрен период практических мастер-классов и самостоятельной работы по анализу текстового задания созданию рекламных и продающих текстов, стилистических упражнений, оформлению контента и созданию портфолио. Итогом обучения по программе является выполнение кейс-задания, включающее создание пяти основных типов текстов, разработанных с использованием полученных знаний и выполненных в соответствии с требованиями данной программы.

Данная программа будет интересна и полезна всем, кто интересуется созданием качественных текстов для коммерческих компаний и некоммерческих организаций, в том числе, не имеющих опыта в данного рода деятельности, но желающих получить базовые компетенции в сфере копирайтинга.

Программа разработана на основе профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденного приказом Минтруда России от 19 февраля 2019 г. №95н, регистрационный номер 1188, код вида профессиональной деятельности 06.043.

**Компетенции (трудовые функции)** в соответствии с Профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу»:

A/01.4 – Составление списка ключевых слов, отражающих специфику сайта

C/02.4 – Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

D/02.5 – Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в интернете

J/02.6 – Организация и проведение электронных рассылок

**Цель реализации программы:** формирование и (или) совершенствование компетенций у слушателей в области написания текстов для их дальнейшей реализации в сферах коммерческого и некоммерческого маркетинга.

**Планируемые результаты обучения.** В результате освоения программы слушатель должен:

**Знать:**

- содержание, структуру, функции и практическую цель изучаемой дисциплины;
- понятийный аппарат, используемый в данном виде профессиональной деятельности;
- методики анализа рекламных сообщений;
- основные методики создания рекламных текстов разных видов и жанров;
- содержательно-структурные характеристики рекламных текстов разных видов и жанров;

**Уметь:**

- анализировать и типизировать рекламные тексты;
- действовать в качестве создателя рекламных текстов;
- анализировать практику создания рекламных сообщений;
- проектировать перспективные возможности создания рекламных сообщений;

**Категория слушателей:** лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование.

**Входные требования к обучающимся:** владение навыками пользователя персональным компьютером.

**Трудоемкость обучения:** трудоемкость обучения по данной программе составляет 144 академических часа, включая самостоятельную работу слушателей.

**Форма обучения:** очно-заочная с использованием дистанционных образовательных технологий.

**Календарный учебный график** формируется непосредственно при реализации программы повышения квалификации «Копирайтинг и работа с текстами». Календарный учебный график представлен в форме расписания занятий при наборе группы на обучение.

**Особенности (принципы) построения программы повышения квалификации «Копирайтинг и работа с текстами»:**

- модульная структура программы, включающая основные темы создания текстов для использования в коммерческом и некоммерческом маркетинге;
- выполнение комплексных (сквозных) учебных заданий, требующих практического решения.

**Трудоемкость обучения: применения знаний и умений, полученных в ходе изучения логически связанных дисциплин (модулей);**

- выполнение выпускной квалификационной работы в виде кейс задания по реально выбранному проекту (выбирается самим слушателем);
- использование информационных и коммуникационных технологий, в том числе современных систем технологической поддержки процесса обучения, обеспечивающих комфортные условия для обучающихся, преподавателей;
- применение электронных образовательных ресурсов (дистанционное, электронное, комбинированное обучение и пр.);
- использование активных методов обучения (учебных кейсов, максимально приближенных к практической деятельности);



– обучение в рамках образовательной программы реализуют преподаватели, имеющие специальное образование и практический опыт ведения бизнеса.

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ (формы аттестации, оценочные и методические материалы)**

Оценка качества освоения программы включает текущую и итоговую аттестацию слушателей, что связано с проведением соответствующего контроля. Текущий контроль осуществляется в процессе изучения всех тем модуля.

В ходе реализации программы предусмотрены следующие виды оценочных мероприятий:

- практические задания и упражнения в период синхронной работы;
- индивидуальные задания, в т.ч. с взаимной проверкой (комментированием, рецензированием).

**В качестве итоговой работы** слушателям предлагается разработать и защитить кейс-задание, включающее продающие, рекламные, нативные тексты, созданные под форматы соцсетей, емейл-рассылок, статей, контента для сайта для своего или предоставленного кураторами проекта. Работа выполняется индивидуально. Проект публикуется слушателем до защиты в LMS Odin, затем проводится защита.

**Основные требования к содержанию проекта.** Кейс задание должно быть представлено в формате PDF и содержать в себе следующие разработанные разделы:

- описание целевой аудитории проекта и задач, которые решает проект;
- контент для соцсетей
- статья для сайта в выделенными SEO-словами;
- пресс-релиз
- образец объявления для таргетированной рекламы
- образец письма для рассылки по тематике, выбранной слушателем
- оформленное портфолио

**Защита итоговой проектной работы.** Работа защищается перед аттестационной комиссией в синхронном режиме и представляется с помощью устного доклада и презентации в PowerPoint. Презентация может быть выполнена с использованием предоставленного шаблона PowerPoint или в любом редакторе и формате на выбор слушателя. Презентация и защита проекта готовится после размещения итогового проекта в LMS Odin.

Оценка выпускной работы по защите кейс задания социального проекта выставляется в зависимости от полноты представленной информации по проекту, качеству презентации и полнота ответов на вопросы аттестационной комиссии:

Полнота составления бизнес-плана социального проекта – 0-30 баллов

Качество презентации – 0-10 баллов

Полнота и качество ответов на вопросы аттестационной комиссии: – 0-10 баллов.

### Критерии оценивания:

1. Соответствие содержания заявленной теме.
2. Степень раскрытия темы.
3. Умение доступно и понятно передать содержание доклада в виде презентации.

4. Соответствие оформления презентации установленным требованиям.

Максимальный балл за выполнение практических заданий - 50.

**Максимум баллов – 100. Минимальный балл** для прохождения итоговой аттестации – 65.

К защите аттестационной работы допускаются слушатели, полностью выполнившие учебный план, не имеющие академической задолженности и представившие все необходимые для защиты документы. По результатам защиты аттестационной работы аттестационная комиссия принимает решение о выдаче удостоверения о повышении квалификации.

## **КАДРОВЫЕ УСЛОВИЯ**

**Руководитель программы:**

**Составители/авторы программы:**

Вологина Ольга Вячеславовна, автор более 200 статей о рекламе и маркетингу, книг по истории Москвы, опыт работы в рекламном бизнесе более 18 лет, преподаватель учебного центра МГТУ им Н.Я. Баумана.

# ИМПУЛЬС ОБРАЗОВАНИЯ

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

модуля (курса)

### «Копирайтинг и работа с текстами»

#### I. СОДЕРЖАНИЕ

Наименование модулей (курсов)	Содержание лекций (кол-во часов)	Наименование практических (семинарских занятий), с указанием формата работы (кол-во часов)	Виды СРС (кол-во часов)
<b>Раздел 1. Копирайтинг как инструмент маркетинговой деятельности.</b>			
Тема 1. Маркетинговая ценность рекламных текстов и пути ее достижения. (6 ч)	Тексты для коммерческого и некоммерческого маркетинга. Цели и задачи. Этапы и порядок работ в подготовке текстов. (2 ч)	Групповое обсуждение. Ознакомиться с материалами по современным концепциям маркетинга в подходах к аудитории. (2 ч)	Задание. Сформировать понимание профессии копирайтер. Ознакомиться с материалами по современным концепциям маркетинга в подходах к аудитории. Изучить этапы и порядок работ. (2 ч)
Тема 2. Цели и задачи копирайтинга. Области применения навыков. Обязанности копирайтера (4 ч)		Групповое обсуждение. Карьерные возможности копирайтера. Характеристика современного рынка труда. (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Определиться с наиболее интересной формой занятости: работа по найму/фриланс (2 ч)
Тема 3. Приемы повышения выразительности рекламного текста. (6 ч)		Групповое обсуждение. Стилистические приемы художественной	Задание. Закрепить материал практического занятия. Выбрать проект для дальнейшей работы.

		литературы. Знакомство с наиболее распространенными приемами рекламных текстов. (2 ч)	Исправить ошибки в предложенных текстах. (4 ч)
<b>Раздел 2. Копирайтинг для сайтов</b>			
Тема 1. Особенности использования копирайтинга для сайтов. Основы SEO-продвижения (10 ч)	Типология сайтов. SEO-продвижение через контент. Цели и задачи. Обязанности копирайтера (2 ч)	Групповое обсуждение. Механизмы SEO-продвижения. Этапы разработки стратегии. Брифинг. Интерфейс и возможности системы аналитики Яндекс.Метрика. (4 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Познакомиться со схемой лендинга. (4 ч)
Тема 2. Формирование семантического ядра, создание SEO-оптимизированных статей для сайтов и лендингов. (10 ч)		Групповое обсуждение. Анализ запросов при помощи системы аналитики Яндекс.Метрика. Разработка семантического ядра. Написание seo-оптимизированных текстов для сайта. (4 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Выбрать проект для создания текста лендинга. Написать текст лендинга на примере проекта. (6 ч)
<b>Раздел 3. Копирайтинг для социальных сетей</b>			
Тема 1. Типы и задачи контента в социальных сетях и мессенджерах. (2 ч)	Типы контента в социальных сетях. Принципы копирайтинга (2 ч)		
Тема 2. Информационный/новостной, полезный/развлекательный, вирусный/рекламны		Групповое обсуждение. Типы контента. Особенности разработки контента. Разбор ошибок.	Задание. Выбрать проект. Закрепить материал практического занятия. (6 ч)

й текстуальный контент. (10 ч)		(4 ч)	
Тема 3. Создание кроссмедийного текста с адаптацией под разные социальные медиа. (4 ч)		Групповое обсуждение. Разработка контента для социальных медиа. (2 ч)	Задание. Создать посты в различных видах контента, пост с опросом, пост-конкурс. (2 ч)
Тема 3. Основы сторителлинга. Внедрение SEO-маркеров в тексты в социальных сетях. (8 ч)		Групповое обсуждение. Решение практических бизнес-кейсов по сторителлингу. (2 ч)  Обсуждение. Разбор итогов самостоятельной работы учеников (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Прописать истории в формате сторителлинга (4 ч)
Тема 4. Стратегия использования хештегов. Создание малой и большой статейной формы с использованием хэштегов. (4 ч)		Групповое обсуждение. Стратегия использования хештегов в текстах. Работа с приложениями. (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (2 ч)
Тема 5. Разработка рекламных креативов для использования в таргетированной рекламе (6 ч)		Групповое обсуждение. Демонстрация процесса создания рекламной кампании и типов рекламных объявлений. Разработка информационных и продающих текстов. (4 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (2 ч)
<b>Раздел 4. Копирайтинг для емейл-маркетинга, баннерной и контекстной рекламы</b>			
Тема 1. Особенности Email-маркетинга в		Групповое обсуждение. Изучение возможностей Email-	Задание. Закрепить материал практического занятия.

различных видах бизнеса: онлайн-торговля, услуги, образование, медиа, b2b. (8 ч)		маркетинга в различных сферах бизнеса. Разбор кейсов. (2 ч)	Разобрать 2 письма из рассылок российских компаний. (6 ч)
Тема 2. Структура email-письма. Тема, преждер, хедер, заголовок, контентная часть, СТА, футер. Формы подписки, лид-магниты. (8 ч)	Функциональные возможности рассылок. Анализ структуры писем. (2 ч)		Задание. Закрепить материал занятия (6 ч)
Тема 3. Разработка Email-стратегии. Понятие серий и цепочек писем. Настройка приветственного письма. (8 ч)		Обсуждение. Параметры разработки рассылки. Разбор успешных решений. (2 ч)  Создание приветственного письма. Модель Double-opt-in (2 ч)  Обсуждение. Разбор итогов самостоятельной работы учеников (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Выстроить цепочку писем на тему «Предновогодний концерт» (2 ч)
Тема 4. Триггерные и транзакционные рассылки. (4 ч)		Создание продающих писем для разных сфер бизнеса. Разбор стилистических приемов. Модель АССА. (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (2 ч)
Тема 5. Копирайтинг для объявлений контекстной и баннерной рекламы (6 ч)		Обсуждение. Методика создания объявлений в яндексе. Создание объявлений (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Создать текст для информационного и продающего баннера. (2 ч)

		Разработка информационных и продающих текстов на банеров. (2 ч)	
<b>Раздел 5. Копирайтинг для СМИ</b>			
Тема 1. Технология создания пресс-релизов. (4 ч)	Форматы текстов крупной формы: статьи, пресс-релизы. Обзоры. (2 ч)	Обсуждение. Цели и задачи. Создание пресс-релиза (2 ч)	
Тема 2. Стилистические приемы, используемые в копирайтинге (4 ч)		Создание новостных текстов. Методика продающего заголовка. Методика «перевернутая пирамида». (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Создать текст новости по методике «перевернутая пирамида». (2 ч)
Тема 3. Особенности создания заголовков (6 ч)		Форматы создания информационных и продающих заголовков. (2 ч)  Разбор итогов самостоятельной работы учеников (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (2 ч)
<b>Раздел 6. Работа копирайтером. Перспективы и возможности. Организация рабочего процесса</b>			
Тема 1. Работа копирайтером. Поиск первых клиентов. Перспективы и возможности. Нормативно-правовые аспекты самозанятости. (12 ч)	Работа копирайтером. Перспективы и возможности. Анализ вакансий. Алгоритм поиска первого клиента (2 ч)	Обсуждение. Какие направления в копирайтинге наиболее востребованы на рынке. Составление резюме. Составление шаблона отклика и сопроводительного письма. (2 ч)	Задание. Составить резюме. Составить сопроводительное письмо. Определиться с критериями выбора вакансии (8 ч)

Тема 2. Разработка и оформление портфолио. Презентация себя и своих услуг. (8 ч)		Групповая работа. Создание структуры портфолио. Оформление кейсов. Программы для оформления. (4 ч)	Задание. Оформить портфолио в одной из предлагаемых программ (4 ч)
<b>Итоговая аттестация</b>			
Итоговая аттестация (4 ч)		Защита итоговой проектной работы (2 ч)	Доработка бизнес-планов после разбора на практическом занятии (2 ч)

## **II. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ (организационно-педагогические)**

**Материально-технические условия реализации программы:** Обучение по программе реализовано в формате смешанного обучения, с применением активных технологий совместного обучения в электронной среде (синхронные и асинхронные занятия).

Синхронные занятия реализуются на базе инструментов видеоконференцсвязи и включают в себя установочные интерактивные лекции, с обязательным использованием инструмента обратной связи, сочетающие в себе групповую и индивидуальную работу. Для проведения синхронных занятий (вебинаров со спикерами) применяется программа видеоконференцсвязи Zoom. В качестве площадок для совместной синхронной и асинхронной работы будут использованы виртуальные доски и Google-сервисы.

Материалы для организации асинхронной работы представляются в виде комплекса материалов, практических заданий, дискуссий в чатах дисциплин, размещаемых в электронном образовательном курсе LMS Odin. Изучение теоретического материала (СРС) предполагается до и после синхронной части работы.

### **Учебно-методическое и информационное обеспечение программы**

**Методические рекомендации и пособия по изучению курса.** Программа реализуется в формате смешанного обучения, с применением активных технологий обучения и общения с аудиторией в электронной среде. Обучение в очной части реализуется в виде лекционных и практических занятий, в которых применяются интерактивные формы обучения, семинары, мастер-классы, активные и ситуативные методы обучения, решения кейсов и обсуждения

### **Содержание комплекта учебно-методических материалов.**

По данной программе имеется электронный учебно-методический комплекс в LMS Odin. УМК содержит: систему навигации по программе (учебно-тематический план, интерактивный график работы по программе, сведения о результатах обучения, о преподавателях программы, чат для объявлений и вопросов преподавателям), набор видеолекций, презентации к лекциям, набор ссылок на внешние образовательные ресурсы



и инструменты, систему заданий с подробных установок и инструкциями, списки основной и дополнительной литературы. В электронном курсе реализована система обратной связи, а также онлайн-площадки для взаимного обучения.

УМК относится к категории ресурсов открытого доступа, сформированных на основе применения мультимедийных и сетевых технологий. Он может быть использован для освоения содержания учебного модуля по программе повышения квалификации «Копирайтинг и работа с текстами».

### **Литература**

1. Анашкина Н.А. Рекламный образ: Учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2010.
2. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: Учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 032401 «Реклама». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
3. Назайкин А.Н. Эффективный рекламный текст в СМИ. М.: Изд-во Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. М., 2011.
4. Никитин М.И. Принципиальная схема рекламной коммуникации: структура, содержание, функционирование // Коммуникатор - XXI: Избранные лекции для студентов факультета журналистики и рекламного дела по дисциплинам специальности и специализации. Часть 5. М.:МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2011.
5. Никитин М.И. Основные медиаканалы, виды и средства рекламы и PR // Коммуникатор - XXI: Избранные лекции для студентов факультета журналистики и рекламного дела по дисциплинам специальности и специализации. Часть 4. М.:МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2010.
6. Ильяхов М., Сарычева Л. «Пиши, сокращай.»

#### **Дополнительная литература:**

1. Ф. Котлер. Основы Маркетинга
2. Морозова И. Слагая слоганы. М. РИП-Холдинг, 2008.
3. Слободянюк Э.П. Настольная книга копирайтера. М.: Вершина, 2008

### **III. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ (формы аттестации, оценочные и методические материалы)**

Для прохождения аттестации по модулю необходимо выполнить 10 практических заданий к разделам и защитить итоговую проектную работу. Форма контроля осуществляется с применением цифровых технологий. Выполнение заданий оценивается по шкале зачет/незачет.

#### **Перечень заданий и/или контрольных вопросов:**

**Индивидуальные задания, в т.ч. с взаимной проверкой (комментированием, рецензированием):**

1. **Практическое задание по Разделу «Копирайтинг как инструмент маркетинговой деятельности.»:**

- 1) Освоить основные термины маркетинга, необходимые копирайтеру, применить их в решении кейс-задания.
  - 2) Освоить базовые навыки стилистики. Исправить стилистические ошибки в предложенных текстах.
- 2. Практическое задание по Разделу «Копирайтинг для сайтов»:**
- 1) Создать семантическое ядро из 80 запросов, взятых из программы Яндекс.Вордстат.
  - 2) Написать две SEO-оптимизированные статьи на основании разработанного семантического ядра.
- 3. Практическое задание по Разделу «Копирайтинг для социальных сетей»**
- 1) Создать одну историю в формате сторителлинга, создать 7-8 постов об одном продукте в разных видах контента
  - 2) Создать текст для таргетированной рекламы по модели AIDA
- 4. Практическое задание по Разделу «Копирайтинг для емейл-маркетинга и контекстной рекламы»**
- 1) Выстроить цепочку писем на тему «Предновогодний концерт»: разработать приветственное письмо, разработать новостное письмо
  - 2) Создать текст для информационного и продающего баннера.
- 5. Практическое задание по Разделу «Копирайтинг для СМИ»**
- 1) Создать текст новости по методике «перевернутая пирамида».
- 6. Практическое задание по Разделу «Работа Копирайтером. Перспективы и возможности. Организация рабочего процесса.»:**
- 1) Разработать резюме

В ходе реализации программы также предусмотрены следующие виды оценочных мероприятий, реализуемых на практических синхронных занятиях, но не являющиеся обязательными:

1. Создание текстов для емейл-рассылки, социальных сетей, SEO-продвижению сайтов.
2. Решение практических бизнес-кейсов по сторителлингу.
3. Написание текстов для запуска рекламной кампании.
4. Обсуждение типов контента и форматов.
5. Предварительное обсуждение презентации на защиту.

**Технологическая карта обеспечения дисциплины  
(асинхронная контактная работа и самостоятельная работа)**

Автор программы:

Продолжительность обучения 1 месяц

Итоговый контроль: Защита итогового проекта

№ темы	Название темы	Контактная асинхронная работа				Самостоятельная работа	Итоговый контроль
		Лекция	Практические занятия/задания	Лабораторные	Консультация		

**Расшифровка. Виды контактной работы и СРС**

Традиционные виды работ	Контактная работа		СРС
	синхронная	асинхронная	
Теоретические материалы	Интерактивная лекция	Видеолекция+тест+ форум	Видеоматериалы Текстовые материалы тесты
Практические аспекты дисциплины	Практические занятия (фронтальные, групповые форматы работы) Мастер-классы	Задания с обратной связью от преподавателя  Задания на взаимное комментирование/рецензирование (peer-to-peer)  Виртуальные лабораторные работы С обратной связью	Виртуальные лабораторные работы или задания с автоматическим контролем
Консультации	Консультации в вебинаре	Консультации на форуме	Часто задаваемые вопросы

Итоговая аттестация	Защита работы в вебинаре	Скринкаст с обратной связью на работы	Подготовка итогового проекта/задания
---------------------	--------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

## Сокращения

### *Для асинхронной лекции*

ВФ – видеофайл

АФ – аудиофайл

Т – тест

Ч – чат

*Пример:*

*Тема 1. Обрезка садовых деревьев. 3ВФ+3Т+Ч*

### *Для асинхронной практики*

З – задание

Ч – чат

ЦИ – внешний цифровой инструмент/сервис (интерактивные доски, совместные документы, ментальные карты и др.)

КМ – критериальная матрица оценивания

*Пример:*

*Задание 1. Анализ площадок онлайн-обучения. З+ЦИ (гугл-таблица)+КМ*

### *Для самостоятельной работы*

ЭТ – электронный текст

ООР – открытый образовательный ресурс

КП – компьютерная презентация

ВФ – видеофайл

АФ – аудиофайл

Т – тест

*Пример:*  
*ЭТ+Т+КП*

## Памятка. Технологии представления информации в LMS Odin

Вид занятия	Технология асинхронной контактной работы в LMS	Технологии самостоятельной работы в LMS
Лекция	<p>Асинхронная лекция может быть представлена следующими способами:</p> <p>видеолекция/аудиолекция, состоящая из фрагментов длительностью не более 12 минут, сопровождаемые 2-3 тестовыми заданиями. Для обеспечения обратной связи к лекции создается чат для ответов преподавателя на вопросы. В качестве видеоконтента могут использовать аннотированные ссылки на открытые интернет-ресурсы.</p>	<p>Самостоятельная работа с теоретическим материалом, представленным в курсе как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● текст лекции для самостоятельного изучения (ЭТ)</li> <li>● презентация (КП)</li> <li>● видеофайл (ВФ)</li> <li>● аудиофайл (АФ)</li> <li>● ссылка на внешний открытый ресурс (ООР)</li> </ul>
Практическое занятие	<p>Асинхронные практические занятия могут быть реализованы в курсе как Задания/Образовательные активности для индивидуальной или групповой работы обучающихся, <i>предполагающие обратную связь</i> от преподавателя или организацию взаимного комментирования/рецензирования/оценивания. Для реализации Заданий возможно использовать сторонние инструменты и сервисы (интерактивные доски, совместные документы, ментальные карты и др.). Для оптимизации проверки и обратной связи рекомендуется формировать критериальные матрицы оценивания</p>	<p>Практическая работа в LMS Odin может быть представлена комплексом элементов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Виртуальные лабораторные работы или задания с автоматическим контролем</li> <li>● Задания, выполняемые в LMS, но обсуждаемые/проверяемые в аудитории/синхронно</li> <li>● Тесты</li> </ul>
Консультации	Чат	Часто-задаваемые вопросы
Итоговый контроль	<p>Видеозапись защиты итоговой работы с демонстрацией выполненного проекта. Предполагает обязательное комментирование со стороны преподавателей. Возможно взаимное комментирование</p>	Подготовка и размещение итоговой работы

