

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНФОСФЕРА»

Утверждена приказом  
АНО ДПО «Инфосфера»  
от 31.08.2020 № 31.08.1-ОД

Рассмотрена и утверждена  
на научно-методическом совете  
ЦПП ИПС от 28.08.2020 № 11

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

**«Копирайтинг»**

Направленность: техническая/творческая

Срок реализации программы: 3 месяца

Объем программы: 36 академических часов

Обучающиеся: от 18 лет

Разработал: преподаватель ИПС  
АНО ДПО «Инфосфера»  
Шайхутдинов Р.Г.

Йошкар-Ола, 2020

## **Пояснительная записка**

### **О программе:**

В Йошкар-Оле работают более 10 IT-компаний, выпускающих программные продукты на российский и мировой рынок. Компании находятся в постоянном поиске копирайтеров для написания технических и маркетинговых текстов по программным продуктам.

Сейчас близких по профилю специалистов готовят только на кафедре журналистики в МарГУ по специализациям «Периодическая печать» и «Радиовещание».

Новый курс «Копирайтинг» разработан, чтобы помочь инженерам, дизайнерам, филологам, журналистам, маркетологам, менеджерам, блогерам, владельцам бизнеса по шагам освоить процесс создания коммерческого текста.

В основе курса лежат принципы построения рекламных посланий и полезных текстов, поэтому курс будет полезен не только представителям ИТ-сферы.

### **О предмете:**

Коммерческий текст — это современный инструмент для продвижения брендов/товаров/услуг в интернете. Как это работает? Бизнес на своем ресурсе предлагает читателям полезный контент. Как результат, читатели доверяют бренду, обращают свое внимание на его товары/услуги, или выполняют какое-то целевое действие (подписываются на рассылку, оставляют контакты и т.п.)

В интернете читатель сталкивается с огромными объемами контента и множеством отвлекающих факторов. Поэтому чтобы коммерческий текст сработал эффективно, он должен отвечать определенным критериям качества. Например, хороший коммерческий текст должен иметь четкую, понятную структуру, чтобы пользователь мог быстро просканировать текст и найти нужную ему информацию.

При создании текстов в рамках курсов, мы будем руководствоваться этим и другими критериями качества (мы выделили порядка семи). В результате курса, студенты смогут писать качественные коммерческие тексты, которые полезны читателю, не перегружают его и не тратят его время.

### **Категории обучающихся:**

**Возраст и образование:** Слушателями курса могут быть лица от 18 лет, имеющие начальное, среднее или высшее профессиональное образование, а также выпускники общеобразовательных школ.

**Выпускники и учащиеся:** Курс предполагает системный подход к написанию текстов, поэтому будет интересен людям как с гуманитарным, так и с техническим складом ума: выпускникам и студентам Историко-филологического факультета, Экономического факультета, Юридического факультета, Института национальной культуры и межкультурной коммуникации, Факультета социальных технологий, Факультета управления и права, Факультета строительства и архитектуры, Радиотехнического факультета, Факультета информатики и вычислительной техники, а также выпускникам и учащимся факультетов на которых сочетают творчество и системный подход.

### **Цель программы:**

Научить писать коммерческие тексты для продвижения продуктов в интернете: формулировать тему, собирать фактуру, структурировать информацию, редактировать материалы, правильно подавать контент.

## **Требования к начальному уровню подготовки обучающихся**

Чтобы начать курс нужны базовые навыки работы с компьютером:

- Уверенно работать с браузером — искать информацию и регистрироваться на веб-ресурсах
- Уметь создавать и вносить информацию в программы Word/Excel или Google Doc / Google Sheets
- Включать компьютер, печатать на клавиатуре, запускать программы
- Иметь аккаунт хотя бы в одной социальной сети

## **Формы занятий:**

- Занятия проходят в формате: лекция + практика
- Курс сопровождается дистанционно: группа в социальной сети, онлайн-чат с преподавателем
- К каждому занятию нужно выполнить домашнее задание
- Для подготовки к занятию обучающимся выдают материалы (книги, видео, статьи, картинки) на дом

## **Формы промежуточной и итоговой аттестации:**

- Промежуточная аттестация проводится в форме защиты домашних заданий преподавателю — редактору-копирайтеру
- Итоговая аттестация проводится в форме защиты контент-стратегии (комплекта коммерческих текстов и целей).

## **Планируемые результаты освоения программы**

### **Планируемые личностные результаты**

- Понимание потребностей других людей и умение поставить себя на их место
- Установка на поиск способов решения задач
- Критическое мышление

## **Планируемые метапредметные результаты**

- Точно формулировать мысли
- Работа в команде
- Системный подход к работе
- Самостоятельность в работе над проектом
- Готовность формулировать и тестировать гипотезы
- Использовать техники дизайн-мышления для решения сложных задач

## **Планируемые предметные результаты**

- Объяснять ценность посредством текстов
- Научиться удалять из текста лишнее
- Делать текст энергичным и читаемым
- Строить контент-стратегию которая работает на цели привлечение клиентов

## **Содержание программы**

### **Тема 1. О чем писать. Как искать темы**

Выпишем потребности клиентов и поместим в инструменты поиска идей. Как будет готово, напомним первую историю и проверим отклик у потенциальной аудитории.

### **Тема 2. Пишем первый текст. Презентация о продукте**

На занятии мы разберем примеры коммерческих текстов и каждый напишет первую версию текста на основании презентации.

### **Тема 3. Психология и портрет читателя. Как писать с пользой для читателя / Знакомство с аудиторией и сбор фактов о пользе продукта**

Составим портрет читателя и добавим в тексты пользы. А затем изучим как подготовиться к интервью и подготовить вопросы для сбора фактов о пользе продукта.

#### **Тема 4. Редактура текста. Конструкция простого текста**

Применим принципы редактуры, сделаем текст плавным и легким для восприятия и упростим понимание.

#### **Тема 5. Контент–стратегия. План по статьям на 3 месяца**

Определим миссию блога – в какую точку стремится читатель изучая наш контент. Материальное + Нематериальное.

#### **Тема 6. Статья в блоге. Один кейс из жизни продукта в формате лонгрида**

В деталях опишем и проиллюстрируем один из сценариев работы (использование продукта и результаты) продукта.

#### **Тема 7. Страница о продукте. Структура промо–страницы**

Возьмем за основу лонгрид и усилим его коммерческими элементами: витрина, СТА, формы заявки, отзывы, кейсы

#### **Тема 8. Интервью с клиентами. Истории успеха и отзывы**

Применим принципы построения истории успеха и напишем кейс применения продукта.

#### **Тема 9. Email-рассылки: welcome-письма, дайджесты и новинки, акция**

Изучим 3 типа рассылок и напишем для себя по шаблону.

#### **Тема 10. Лидогенерация: трафик → статьи → конверсия → потенциальные клиенты**

Определим список инфопродуктов с помощью которых можно получить лидов: статья, руководство, видео, чек-лист, инфографика.

#### **Тема 11. Практика создания объявлений: объявления для контекстной рекламы, рекламный посты в соц. сети, SEO–сниппеты**

Напишем комплект объявлений для продажи продукта в разных каналах

#### **Тема 12. Метафора. Концепция продукта на обложке.**

Упакуем ценность продукта в емкую метафору, чтобы продать до линии сгиба на лендинге.

## Тематическое планирование

№	Наименование разделов	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Лекции	Практ. занятия	
1	О чем писать. Как искать темы	3	1	2	Домашнее задание
2	Пишем первый текст. Презентация о продукте	3	1	2	Домашнее задание
3	Психология и портрет читателя. Как писать с пользой для читателя.	3	1	2	Домашнее задание
4	Редактура текста. Конструкция простого текста	3	1	2	Домашнее задание
5	Контент–стратегия. План по статьям на 3 месяца	3	1	2	Домашнее задание
6	Статья в блоге. Один кейс из жизни продукта в формате лонгрида	3	1	2	Домашнее задание
7	Страница о продукте. Структура промо–страницы	3	1	2	Домашнее задание
8	Интервью с клиентами. Истории успеха и отзывы	3	1	2	Домашнее задание
9	Email-рассылки: welcome-письма, дайджесты и новинки, акция	3	1	2	Домашнее задание
10	Лидогенерация: трафик → статьи → конверсия → потенциальные клиенты	3	1	2	Домашнее задание
11	Практика создания объявлений: объявления для контекстной рекламы, рекламный посты в соц. сети, SEO–сниппеты	3	1	2	Домашнее задание
12	Метафора. Концепция продукта на обложке. Итоговая аттестация	3	1	2	Защита проекта
	<b>Итого</b>	36	12	24	

## Организационно-педагогические условия реализации программы

Реализация программы обеспечена следующим оборудованием: столы; стулья; рабочие компьютеры; компьютер педагога; мультимедийный проектор; экран для проектора; магнитная доска для учебной аудитории; выход в Интернет. Состав группы 6-18 человек.

Теоретический материал подробно изучается на лекциях. Дополнительное изучение материала осуществляется за счет самостоятельного изучения материалов, предоставляемых преподавателем. Источниками материала для изучения являются методические пособия, техническая литература, профессиональные ресурсы Интернет.

Закрепление теоретического материала осуществляется при проведении лабораторных на компьютерах, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

В процессе обучения возможно использование следующих тактических технологий: лекция классическая, лекция проблемная, лекция-визуализация, лекция-диалог, аудиторно-практическое занятие классическое, практикум-лабораторная работа, самообучение.

## Учебно-методическое и информационное обеспечение программы:

Наименование, ссылка	Описание полезного действия книги
Как писать хорошо. Классическое руководство по созданию нехудожественных текстов/Уильям Зинсер. <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/20407373/">https://www.ozon.ru/context/detail/id/20407373/</a>	Учит писать разные виды текста
Искусство создания рекламных посланий/Джозеф Шугерман. <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/19508154">https://www.ozon.ru/context/detail/id/19508154</a>	Учит писать коммерческие тексты
Школа литературного мастерства. От концепции до публикации. Рассказы, романы, статьи, нон-фикшн, сценарии, новые медиа/Юрген Вольф	Есть отличные советы по написанию своей книги или сценария. Есть фишки по проработке персонажей, сюжетов, сцен. Не знаю, в тему ли курса, но некоторые



<a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/24699471">https://www.ozon.ru/context/detail/id/24699471</a>	вещи отсюда передрал автор Автора, ножниц, бумаги
Евангелист бизнеса / Сергей Абдульманов <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/141562356/">https://www.ozon.ru/context/detail/id/141562356/</a>	Как вообще работает контент-маркетинг и истории о продукте (не про рекламу, про жизнь и детали)
Разработка ценностных предложений <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/135746531/">https://www.ozon.ru/context/detail/id/135746531/</a>	Про то, как писать тексты, раскрывающие ценность
Покажи свою работу <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/27596747/">https://www.ozon.ru/context/detail/id/27596747/</a>	О том, как подать свои работы.
Редактируем дизайном <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/6139062/">https://www.ozon.ru/context/detail/id/6139062/</a>	О том, что текст работает в связке с дизайном. Может играть роль настольной книги-справочника для тех, кто создает печатные материалы.
Пиши, сокращай <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/137634276/">https://www.ozon.ru/context/detail/id/137634276/</a>	Как писать сильные емкие тексты + конкретные примеры, как надо и не надо
Идеальный лендинг пейдж <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/32538522/">https://www.ozon.ru/context/detail/id/32538522/</a>	Понять, как работает вся цепочка (объявление и то, что юзер увидит на сайте)
Информационный стиль <a href="https://bureau.ru/projects/book-text/">https://bureau.ru/projects/book-text/</a>	Автор на примерах учит писать просто, сокращать текст без ущерба для смысла, а также делать рассказ энергичным и интересным, как приключенческий фильм
Слово живое и мертвое <a href="http://dramafond.ru/wp-content/uploads/2014/12/Nora_Gal_Slovo_zhivo_e_i_mertvoe.pdf">http://dramafond.ru/wp-content/uploads/2014/12/Nora_Gal_Slovo_zhivo_e_i_mertvoe.pdf</a>	Книга о формах и словах, которые портят текст и душат его. Хорошая прививка от основных стилистических ошибок, которыми мы все порой грешим.
100+ хаков для интернет-маркетологов <a href="https://www.ozon.ru/context/detail/id/143600533/">https://www.ozon.ru/context/detail/id/143600533/</a>	Как продвигать контент в сети

## Приложение № 1. Примерные сроки и режим занятий

### Планируемые сроки занятий

№ п/п	Тема	Часов по видам работ			Итого часов
		Лекции	Практ. занятия	Итоговый контроль	
1 неделя	О чем писать. Как искать темы	1	2		3
2 неделя	Пишем первый текст. Презентация о продукте	1	2		3
3 неделя	Психология и портрет читателя. Как писать с пользой для читателя. Знакомство с аудиторией и сбор фактов о пользе продукта	1	2		3
4 неделя	Редактура текста. Конструкция простого текста	1	2		3
5 неделя	Контент–стратегия. План по статьям на 3 месяца	1	2		3
6 неделя	Статья в блоге. Один кейс из жизни продукта в формате лонгрида	1	2		3
7 неделя	Страница о продукте. Структура промо–страницы	1	2		3
8 неделя	Интервью с клиентами. Истории успеха и отзывы	1	2		3
9 неделя	Email-рассылки: welcome-письма, дайджесты и новинки, акция	1	2		3
10 неделя	Лидогенерация: трафик → статьи →	1	2		3

	конверсия → потенциальные клиенты				
11 неделя	Практика создания объявлений: объявления для контекстной рекламы, рекламный посты в соц. сети, SEO– сниппеты	1	2		3
12 неделя	Метафора. Концепция продукта на обложке.	1		2	3
Итого		12	22	2	36

Режим занятий: ак. час – 45 минут, перерыв 10-15 минут, одно занятие 3 ак. часа

## **Приложение № 2. Демонстрационный вариант итогового проекта**

Курс завершается разработкой комплекта коммерческих текстов:

- Статья о продукте для блога
- Промо-страница
- Email -рассылка
- Промо-пост

Заключительным испытанием курса копирайтинг будет презентация контент-стратегии (комплекта коммерческих текстов и целей) перед комиссией: редакторы и копирайтеры из ИТ-компаний.

## Приложение № 3.

По итогам обучения выдается документ следующего образца



**Институт  
Программных  
Систем**



# СВИДЕТЕЛЬСТВО

настоящее свидетельство №0000  
подтверждает, что

**Фамилия**  
**Имя Отчество**

успешно освоил (а) программу обучения  
«Копирайтинг: искусство написания текстов» в объеме  
36 академических часов

Директор АНО ДПО «Инфосфера»

Ю.В. Усков

Руководитель ЦПП ИПС

А.И. Козлов



г. Йошкар-Ола

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Автономная некоммерческая организация  
дополнительного профессионального образования «Инфосфера»  
Центр профессиональной подготовки Институт Программных Систем