

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНФОСФЕРА»

Утверждена приказом
АНО ДПО «Инфосфера»

от 28.08.2020 № 31.08.9-02



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

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

«Интенсив. Копирайтинг и контент-маркетинг»

Направленность: техническая/редакторская

Срок реализации программы: 1 месяц

Объем программы: 16 академических часов

Обучающиеся: от 18 лет

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

Йошкар-Ола, 2020

Пояснительная записка

О программе:

Герой, увлеченный своей темой, с удовольствием расскажет интересную историю. Но когда захочет превратить ее в текст, какой-то злодей обязательно выключит ему тумблер «Бодрый рассказчик». Знакомо? Мы тоже через это проходили. Каждый из нас прошел особую подготовку, теперь умеет отлавливать злодея и готов натренировать и вас этому.

В программе упражнения: на распутывание клубков из мыслей, поиск большой идеи, проектирование структуры истории, выстраивание сюжета каждой сцены и много много сторителлинга.

Цель всех упражнений – сделать вклад в ваш контент-маркетинг. Сначала изучим структуру отдела, процессы работы, виды материалов, а потом сразу нырнем в практику по вашим проектам.

Напомним, контент-маркетинг – это способ увеличивать поток потребителей с помощью полезных материалов: статьи, интервью с экспертами, обзоры и т. д. Способ более эффективный чем реклама.

О предмете:

В основе коммерческого текста лежат истории. Истории — 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.

Категории учащихся:

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: Интенсив 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.

Копирайтеры. На курсе вы создадите комплект текстовых материалов: лендинг, статью о продукте и серию рекламных сообщений. Занятие проходят в формате интенсива — это лекция для погружения в тему и три часа очной практики под руководством преподавателя.

Дизайнеры. Текст — часть дизайна. Здесь вы научитесь писать тексты самостоятельно или редактировать существующие. Кроме того вы узнаете откуда берутся тексты и почему они такие.

Менеджеры проектов. Курс поможет понять, как устроена работа копирайтера, сколько часов нужно на создание статьи или продуктовой страницы и как правильно выстраивать работу копирайтеров.

Онлайн- и офлайн-маркетологи. Посмотрите на примере как работает контент-маркетинг на примере кейсов с цифрами. Мы подготовили практику по созданию контент-плана для вашего проекта. Надеемся будет полезно :)

Руководители и владельцы компаний. Потренируйтесь в навыке выражать мысли, упаковывать их в тексты и точнее ставить задачи. Вы лучше всех знаете сильные стороны продукта и впечатления клиентов, а здесь вы сможете упаковать свои идеи в текст. Это поможет привлечь новых клиентов.

Цель программы:

Научить создавать истории для продвижения продуктов в интернете: формулировать тему, собирать фактуру, структурировать информацию, редактировать и правильно подавать материалы.

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
- Обучение предполагает работу дома — минимум 1 час в день, 5 дней в неделю
- Учащиеся работают индивидуально и в командах по 2 человека
- Курс сопровождается дистанционно: группа в социальной сети, онлайн-чат с преподавателем
- К каждому занятию нужно выполнить домашнее задание
- Для подготовки к занятию учащимся выдают материалы (книги, видео, статьи, картинки) на дом

Формы промежуточной аттестации:

- Защита домашних заданий преподавателю — редактору-копирайтеру
- Защита контент-стратегии (комплекта коммерческих текстов и целей) перед комиссией: редакторы и копирайтеры из ИТ-компаний.

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

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

Тема 2. Контент–стратегия. План по статьям на 3 месяца

Определим миссию блога – точку, в которую стремится читатель, изучая наш контент (Материальное + Нематериальное). Построим контент-план – цикл статей объединенных единой концепцией.

Тема 3. Лидогенерация: трафик → статьи → конверсия → потенциальные клиенты

Определим список инфопродуктов с помощью которых можно получить еще больше потенциальных клиентов: статьи, руководства, видео-материалы, чек-лист, инфографика и др. Научимся взвешивать по критериям трафик/отклик/ценность.

Тема 4. Цикл статей в блоге в формате лонгридов

Выберем несколько ключевых тем и проработаем в деталях: статья погружающая в предмет, продукт в разгар работы, история из жизни клиента.

Тематическое планирование

№	Наименование разделов	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Лекции	Практ. занятия	Самостоятельная работа	
1	О чем писать. Как искать темы	4	1	3	5	Индивидуальный проект
2	Контент–стратегия. План по статьям на 3 месяца	4	1	3	5	Индивидуальный проект
3	Лидогенерация: трафик → статьи → конверсия → потенциальные клиенты	4	1	3	5	Индивидуальный проект
4	Цикл статей в блоге в формате лонгридов	4	1	3	5	Индивидуальный проект
	Итого	16	4	12	20	

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 6-10 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:

Как писать хорошо. Классическое руководство по созданию нехудожественных текстов/Уильям Зинсер	Учит писать разные виды текста	https://www.ozon.ru/context/detail/id/20407373/
Искусство создания рекламных посланий/ Джозеф Шугерман	Учит писать коммерческие тексты	https://www.ozon.ru/context/detail/id/19508154
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 вещи отсюда передрал автор Автора, ножниц, бумаги	https://www.ozon.ru/context/detail/id/24699471
Евангелист бизнеса / Сергей Абдульманов	Как вообще работает контент- маркетинг и истории о продукте (не про рекламу, про жизнь и детали)	https://www.ozon.ru/context/detail/id/141562356/
Разработка ценностных предложений	Про то, как писать тексты, раскрывающие ценность	https://www.ozon.ru/context/detail/id/135746531/
Покажи свою работу	О том, как подать свои работы.	https://www.ozon.ru/context/detail/id/27596747/
Редактируем дизайном	О том, что текст работает в связке с дизайном. Может играть роль настольной книги- справочника для тех, кто создает печатные материалы.	https://www.ozon.ru/context/detail/id/6139062/
Пиши, сокращай	Как писать сильные емкие тексты + конкретные примеры, как надо и не надо	https://www.ozon.ru/context/detail/id/137634276/
Идеальный лендинг пейдж	Понять, как работает вся цепочка (объявление и то, что юзер увидит на сайте)	https://www.ozon.ru/context/detail/id/32538522/

Информационный стиль	Автор на примерах учит писать просто, сокращать текст без ущерба для смысла, а также делать рассказ энергичным и интересным, как приключенческий фильм	https://bureau.ru/projects/book-text/
Слово живое и мертвое	Книга о формах и словах, которые портят текст и душат его. Хорошая прививка от основных стилистических ошибок, которыми мы все порой грешим.	http://dramafond.ru/wp-content/uploads/2014/12/Nora Gal Slovo zhivoe i mertvoe.pdf
100+ хаков для интернет-маркетологов	Как продвигать контент в сети	https://www.ozon.ru/context/detail/id/143600533/

Приложение № 1. Сроки и режим занятий

Планируемые сроки занятий

№ п/п	Часов по видам работ					Итого часов
	Тема	Лекции	Практ. занятия	Самостоятельная работа	Итоговый контроль	
1 неделя	О чем писать. Как искать темы	1	3	5		9
2 неделя	Контент–стратегия. План по статьям на 3 месяца	1	3	5		9
3 неделя	Лидогенерация : трафик → статьи → конверсия → потенциальные клиенты	1	3	5		9
4 неделя	Цикл статей в блоге в	1	3	5		9

	формате лонгридов					
Итого		4	12	20	4	40

Режим занятий: одно занятие 45 минут, перерыв между занятиями 10 минут.

Приложение № 2. Демонстрационный вариант итоговой контрольной работы

Курс завершается разработкой следующих видов продукции:

- Концепция блога
- Медиаплан с оценкой коммерческих показателей (трафик, конверсия, продажи)
- История о счастье клиента или полезном действии продукта (на выбор)

Заключительным испытанием курса копирайтинг будет презентация контент-плана, концепции и серии материалов 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
«Интенсив. Копирайтинг» в объеме
16 академических часов

Директор АНО ДПО «Инфосфера»

Ю.В. Усков

Руководитель ЦПП ИПС

А.И. Козлов



г. Йошкар-Ола
«__» _____ 20__ г.