
УТВЕРЖДЕНА

Решением Ученого совета
АНО ВО «Центральный университет»
«25» мая 2026 г.
Протокол №2

**Рабочая программа дисциплины (модуля)
«Копирайтинг»**

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) подготовки: Дизайн

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Срок освоения программы: 4 года

Год набора: 2026

**Москва
2026**

Содержание

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)	3
2. Перечень планируемых результатов обучения	5
3. Тематический план	5
4. Содержание дисциплины (модуля)	8
5. Учебно-методическое обеспечение	9
6. Материально-техническое обеспечение	9
7. Методические и оценочные материалы	11

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Копирайтинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по специальности 54.03.01 Дизайн, профиль Дизайн, утвержденный приказом Минобрнауки России от 13 августа 2020 г. № 1015 (ред. от 27 февраля 2023 г.).

Изучение дисциплины (модуля) «Копирайтинг» обеспечивает конкурентное преимущество и владение профессиональным письмом в условиях цифровой среды и мультиканальной коммуникации. Навык копирайтинга является ключевым элементом современной коммуникационной стратегии, позволяя эффективно доносить идеи, влиять на аудиторию и усиливать бренд через точные, креативные и адаптированные тексты.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина (модуль) включена в учебный план по программе подготовки бакалавриата по направлению 54.03.01 Дизайн, профиль Дизайн и входит в вариативную часть Блока 1, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) является выборной, изучается на 3 или 4 курсе в 5, 6, 7 или 8 семестре на выбор.

Цель изучения дисциплины (модуля): сформировать профессиональные компетенции в области создания, редактирования и адаптации текстов для различных медиа и маркетинговых задач с учётом стратегии бренда, особенностей аудитории и интеграции с визуальной коммуникацией.

Задачи изучения дисциплины (модуля):

- освоить принципы инфостили и лаконичности для эффективного сокращения и улучшения текстов;
- изучить структуру и функции заголовков и офферов, включая работу «крючков внимания» и формулирование ценностного предложения;
- овладеть особенностями написания различных видов текстов — от слоганов до UX-копирайтинга и сторителлинга — в зависимости от носителя и цели;
- научиться формировать и адаптировать голос бренда (Tone of Voice (ToV)) бренда под разные аудитории и каналы коммуникации;
- развить навыки интеграции текста и визуала в единую копи-дизайнерскую систему для создания целостных рекламных сообщений.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

знать:

- принципы инфостили и лаконичности: правила написания кратких и точных текстов, инструменты редактуры;
- структуру и функции заголовков и офферов: как работают «крючки внимания» и как формулировать ценностное предложение;
- виды текстов в зависимости от носителя: слоганы, дескрипторы, UX-копирайтинг, сторителлинг — их особенности и задачи;
- понятие Tone of Voice бренда: как формируется голос бренда и за счёт каких приёмов он меняется под разные аудитории и каналы;
- принципы копи-дизайна: как текст и визуал работают в единой системе и формируют целостное сообщение.

уметь:

- редактировать тексты по правилам инфостили: сокращать, убирать лишнее, переводить длинные конструкции в ёмкие формулировки;
- создавать варианты заголовков, слоганов и неймов под конкретный проект и аудиторию;

- писать микрокопирайтинг для интерфейсов: кнопки, подсказки, тексты ошибок и состояний;
- адаптировать один и тот же текст под разные Tone of Voice в зависимости от задачи и характера бренда;
- связывать текст и визуальное решение в единую рекламную кампанию или коммуникацию.

владеть:

- навыком работы с ритмом и структурой текста: чередование длинных и коротких предложений, построение манифестов и нарративов бренда;
- приёмами сторителлинга для коротких форматов — рекламных сторис, видеороликов, презентаций;
- методикой разработки текстовой части рекламной кампании с учётом носителя, аудитории и визуального ряда;
- инструментами презентации текстовых решений клиенту: аргументация, защита и продажа копирайтерских идей;
- практикой сборки текстового портфолио: оформление кейсов, описание задач и решений на профессиональных платформах.

2. Перечень планируемых результатов обучения

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) при проведении учебных занятий в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками Университета и в форме самостоятельной работы обучающихся:

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)
УК-1.	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1.	Знает методы поиска и анализа информации в области дизайна, основные принципы критической оценки источников информации, их релевантности и достоверности
		УК-1.2.	Умеет критически оценивать источники информации и синтезировать данные из различных источников для решения задач, применять системный подход к анализу и решению комплексных проблем
		УК-1.3.	Имеет практический опыт работы с современными инструментами и технологиями для обработки информации, формулировании и структурировании задач на основе полученной информации
УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1.	Знает действующие правовые нормы, регулирующие деятельность в области решения задач, основные методы и подходы к определению круга задач
		УК-2.2.	Знает действующие правовые нормы, регулирующие деятельность в области решения задач, основные методы и подходы к определению круга задач
		УК-2.3.	Имеет практический опыт применения знаний о правовых нормах и ресурсах в реальных ситуациях, разработки и реализации решений в соответствии с установленными ограничениями
ОПК-4.	Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды,	ОПК-4.1.	Знает способы и методы проектирования, моделирования и конструирования предметов в области дизайна
		ОПК-4.2.	Умеет разрабатывать линейно-конструкторские и колористические решения при создании предметов, товаров,

	объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики		промышленных образцов и коллекций, художественных предметно-пространственных комплексов, интерьеров зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объектов ландшафтного дизайна с применением средств современной шрифтовой культуры и проектной графики
		ОПК-4.3.	Имеет практический опыт применения техник проектирования, моделирования конструирования при разработке дизайн-решений
ОПК-6.	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1.	Знает принципы работы современных технологий и способы поиска необходимой информации с учётом основных требований к дизайн-проектам и/или художественным объектам
		ОПК-6.2.	Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии в решении профессиональных задач
		ОПК-6.3.	Имеет практический опыт применения современных компьютерных технологий в решении профессиональных задач
ПК-3.	Способен осуществлять концептуальную и художественно-техническую разработку дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-3.1.	Знает принципы формирования дизайн-концепций, художественно-технические требования к проектированию систем визуальной информации, идентификации и коммуникации и нормативы их воспроизведения
		ПК-3.2.	Умеет разрабатывать авторские концепции, оригинал-макеты, отдельные объекты дизайна и/или художественные объекты и адаптировать элементы системы визуальной информации, идентификации и коммуникации для разных каналов коммуникации
		ПК-3.3.	Имеет практический опыт разработки дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации, включая формирование концепции и подготовку художественно-

			технических макетов для производства
--	--	--	---

3. Тематический план

№п/ п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Трудоемкость, академические часы				ТКУ (текущий контроль успеваемости)
		Очная форма				
		Аудиторная работа		Контр оль	Самостоятел ьная работа	
		Лекции	Семинары (практические занятия)			
1	Текст как инструмент	16	16		18	Домашнее задание, Мини-проект
2	Текст в контексте носителя	16	16		18	Домашнее задание, Мини-проект
3	Интеграция	28	28	2	28	Домашнее задание, Мини-проект
	Экзамен			4		Проект
	Итог	60	60	6	64	
Объем дисциплины (модуля) (в ак. ч.)		190				
Объем дисциплины (модуля) (в зач. ед.)		5				

4. Содержание дисциплины (модуля)

№п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание дисциплины (модуля) по темам
1	Текст как инструмент	Инфостиль и лаконичность: Как писать кратко и по делу. Практика: Редактура длинного текста в 3 предложения Заголовок и оффер: Крючки внимания. Практика: Написание 10 вариантов заголовка для одного проекта Метафора в тексте: Поиск уникального голоса. Практика: Придумывание названий (нейминг) для стартапа Ритм текста: Длинные и короткие предложения. Практика: Написание манифеста бренда
2	Текст в контексте носителя	Слоганы и дескрипторы: Суть бренда в двух словах. Практика: Разработка слоганов для серии плакатов UX-копирайтинг: Текст интерфейсов (кнопки, ошибки, подсказки). Практика: Написание микрокопи для мобильного приложения Сторителлинг: Как рассказать историю за 30 секунд. Практика: Сценарий для рекламного сторис Голос бренда (Tone of Voice): Как менять голос бренда (от дерзкого к официальному). Практика: Переписывание одного текста под три разных ToV.
3	Интеграция	Копи-дизайн: Работа над визуально-текстовым единством Практика: Создание рекламной кампании (визуал + текст) Презентация идеи: Как «продать» текст клиенту. Практика: Написание текста к кейсу на Behance Финал: Портфолио текстовых наработок и финальная кампания

5. Учебно-методическое обеспечение

Университет располагает полным набором лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, включая продукты отечественного производства.

Каждый студент в течение всего периода обучения получает индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде университета. Эти системы предоставляют возможность доступа к ресурсам из любой точки, где есть подключение к сети Интернет, как на территории университета, так и за его пределами.

Студентам обеспечен удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Основная литература:

1. Пономарева, А. М. Креатив и копирайтинг : учебник / А. М. Пономарева. - 2-е изд., испр. и доп. - Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. - 268 с. - ISBN 978-5-7972-2537-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2211556>.

2. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / Шамина И.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 260 с.: ISBN 978-5-9729-0210-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989628>.

Дополнительная литература:

1. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>. - ISBN 978-5-16-105904-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/910391>.

2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 130 с. - ISBN 978-5-394-05306-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082985>.

6. Материально-техническое обеспечение

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского (практического) типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Изучение дисциплины (модуля) обеспечивается в учебных аудиториях, оснащенных:

- столами и стульями;
- компьютерной техникой;
- механическими калькуляторами;
- специализированным оборудованием, включая демонстрационное оборудование.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, в том числе приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и

обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Обучающимся предоставляется доступ (в том числе удаленный) к ресурсам информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», электронным ресурсам (в том числе электронным библиотечным системам, современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам):

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Научная электронная библиотека elibrary.ru библиотека	https://elibrary.ru/defaultx.asp
2.	База данных для IT-специалистов	https://habr.com
3.	База данных ScienceDirect	https://www.sciencedirect.com
4.	Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации	https://minobrnauki.gov.ru/
5.	Федеральный портал «Российское образование»	https://www.edu.ru/
6.	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
7.	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов	http://school-collection.edu.ru/
8.	Федеральный центр информационно - образовательных ресурсов	http://fcior.edu.ru/

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Наименование ПО	Производство	Лицензионное / свободно распространяемое
Операционные системы:		
Microsoft Imagine (Windows Client, Server)	зарубежное	лицензионное
Браузеры:		
Яндекс.Браузер	отечественное	свободно распространяемое
Google Chrome	зарубежное	свободно распространяемое
Офисные приложения:		
Microsoft Imagine (Visio, OneNote)	зарубежное	лицензионное
TeXstudio	зарубежное	свободно распространяемое
Adobe Acrobat Reader	зарубежное	свободно распространяемое
Программное обеспечение для планирования и учета времени:		
Toggle app	зарубежное	свободно распространяемое
Системы управления проектами:		
Microsoft Imagine (Project)	зарубежное	лицензионное
Системы управления базами данных:		
Microsoft Imagine (SQL Server)	зарубежное	лицензионное
Системы резервного копирования (backup):		
Acronis Backup Advanced for HyperV	зарубежное	лицензионное
Справочно-правовые системы:		
КонсультантПлюс: справочно-правовая система	отечественное	лицензионное
Средства антивирусной защиты:		

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition	отечественное	лицензионное
Среды разработки:		
Visual Studio Code	зарубежное	свободно распространяемое
Bash (Unix shell)	зарубежное	свободно распространяемое
Anaconda	зарубежное	свободно распространяемое
Robotic Operating System	зарубежное	свободно распространяемое
CopelliaSim	зарубежное	свободно распространяемое
Google Colaboratory	зарубежное	свободно распространяемое
Пакеты программных средств и библиотек:		
AutoPsy	зарубежное	свободно распространяемое
Interactive Disassembler (IDA)	зарубежное	свободно распространяемое
Системы управления библиографической информацией:		
Zotero	зарубежное	свободно распространяемое
Сервисы и службы:		
Bind	зарубежное	свободно распространяемое
Docker	зарубежное	свободно распространяемое

7. Методические и оценочные материалы

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В процессе изучения дисциплины (модуля) «Копирайтинг» в рамках текущего контроля успеваемости используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, домашние задания, мини-проекты, проект, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение инициатив.

Лекция — систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект лекций: кратко и схематично фиксировать основные идеи, выводы и обобщения лекции; выделять важные мысли, ключевые слова и термины. Необходимо отметить вопросы или материалы, которые вызывают затруднения, и попытаться найти ответы в рекомендованной литературе. Если разобраться в материале не удастся, следует сформулировать вопрос и задать его преподавателю на консультации или во время семинарского (практического) занятия.

Семинар — это форма учебной деятельности, проводимая в учебном заведении под руководством преподавателя, где студенты активно участвуют в обсуждениях, практических заданиях и других формах взаимодействия.

Для успешной подготовки к семинару рекомендуется заранее ознакомиться с темой занятия и основными материалами, чтобы иметь возможность активно участвовать в обсуждении. Также полезно подготовить вопросы и идеи для обсуждения, что поможет глубже понять материал и продемонстрировать заинтересованность.

Домашнее задание — набор задач по темам недели.

При работе над домашними заданиями важно внимательно ознакомиться с требованиями и сроками выполнения. Рекомендуется разбивать задания на этапы, чтобы избежать перегрузки и лучше усвоить материал, использовать различные источники информации, включая учебники и онлайн-ресурсы, для более глубокого понимания темы.

Мини-проект — это краткосрочная практическая работа в малых группах на семинарах, направленная на применение теоретических знаний для решения конкретных

задач.

В ходе мини-проекта студенты проводят анализ проблемы, разрабатывают техническое решение и представляют результаты в виде отчета, модели или презентации. Такой формат способствует развитию навыков самостоятельной работы, критического мышления и командного взаимодействия.

Проект — исследовательская работа по дисциплине (модулю) и презентация результатов.

Для успешной подготовки к проекту рекомендуется: четко определить цели и задачи проекта; составить план работы, разбив проект на этапы с указанием сроков выполнения каждого из них; использовать разнообразные источники информации и инструменты для исследования темы; регулярно проверять прогресс и вносить коррективы в план, если это необходимо.

Самостоятельная работа — работа студентов, направленная на углубленное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины (модуля).

В процессе самостоятельной работы студенты взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя. Задачи студента включают работу с конспектами лекций (обработка текста), повторное изучение учебных материалов, планов и тезисов ответов, изучение дополнительных тем, выполнение учебно-исследовательских заданий и другое.

Система оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Критерии получения уровня и оценивания сформированности компетенций по дисциплине (модулю) «Копирайтинг»

Оценивание уровня учебных достижений, обучающихся по дисциплине (модулю), осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) осуществляется в форме *экзамена*, при этом проводится оценка компетенций, сформированных по дисциплине.

Для оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации используется десятибалльная шкала оценивания, которая соотносится с традиционной пятибалльной шкалой следующим образом, если иное не указано в syllabus дисциплины:

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
10	Отлично	Студент полностью владеет знаниями, изложенными в рабочей программе, и глубоко осмысляет дисциплину (модуль). Он самостоятельно и логически последовательно отвечает на все вопросы, акцентируя внимание на наиболее важном. Умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделяя ключевые моменты и устанавливая причинно-следственные связи. Четко формулирует ответы, уверенно интерпретирует результаты анализов и других исследований, а также решает сложные задачи. Студент хорошо знаком с методами исследования, необходимыми для практической деятельности, и умеет связывать теоретические аспекты дисциплины (модуля) с
9	Отлично	
8	Отлично	

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
		практическими задачами.
7	Хорошо	Студент обладает знаниями предмета почти в полном объеме рабочей программы и самостоятельно, логически последовательно и всесторонне отвечает на все вопросы, акцентируя внимание на наиболее значимых моментах. Он умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделяя его ключевые аспекты и устанавливая причинно-следственные связи. Формулирует свои ответы, уверенно интерпретирует результаты анализов и других исследований, а также решает сложные ситуационные задачи. Студент хорошо знаком с методами исследования, необходимыми для практической деятельности, и умеет связывать теоретические аспекты предмета с практическими задачами.
6	Хорошо	
5	Удовлетворительно	Студент обладает базовыми знаниями по дисциплине (модулю), но испытывает трудности при самостоятельных ответах и использует неточные формулировки. В ходе ответов он допускает ошибки, касающиеся сути вопросов. Студент способен решать только самые простые задачи и владеет лишь минимальным набором методов исследования.
4	Удовлетворительно	
3	Не сдан	Студент не овладел обязательным минимумом знаний по предмету и не может ответить на вопросы, даже если преподаватель задает дополнительные наводящие вопросы.
2	Не сдан	
1	Не сдан	

Дисциплина (модуль) «Копирайтинг» оценивается следующим образом:

Активность	Вес	Количество	Описание
Домашнее задание	30%	10	Набор задач по темам недели
Мини-проект	30%	4	Краткосрочная практическая работа в малых группах на занятиях, направленная на решение конкретных задач
Экзамен	40%	1	Проект - Исследовательская работа по дисциплине (модулю) и презентация результатов

Формула расчёта итоговой оценки по дисциплине (модулю) «Копирайтинг»:
«0,3 × среднее за домашние задания + 0,3 × среднее за мини-проекты + 0,4 × экзамен».

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Примерные домашние задания

Домашнее задание 1.

1. Выбрать информационный текст объёмом не менее 300 слов (например, статью о технологиях или экологии).

2. Переписать его в инфостиле, сократив до трёх ёмких предложений, сохранив ключевую информацию, логику и интригу.

3. Обосновать, какие элементы были удалены и почему, а также как достигнута лаконичность без потери смысла.

4. Сравнить оригинал и сокращённую версию, указав, как стиль влияет на восприятие текста: скорость чтения, запоминаемость, вовлечённость.

Домашнее задание 2.

1. Выбрать один продукт, услугу или проект (например, онлайн-курс по йоге, кофейня в стиле ретро, приложение для изучения языков).

2. Написать 10 вариантов заголовков для одной и той же идеи, используя разные крючки: провокация, польза, вопрос, секрет, цифра, эмоция, вызов, юмор, страх упущения, метафора.

3. Указать целевую аудиторию для каждого заголовка и объяснить, почему именно этот приём будет на неё работать.

4. Выделить три самых сильных варианта и аргументировать выбор с точки зрения внимания, ясности и мотивации к действию

Домашнее задание 3.

1. Придумать название (нейминг) для стартапа, предлагающего подписку на экологичные продукты для дома.

2. Разработать манифест бренда длиной 5–7 предложений, в котором будет использоваться метафора (например, «мы не покупаем вещи — мы начинаем заботиться о планете»).

3. Сознательно построить ритм текста: чередовать длинные и короткие предложения, использовать паузы, повторы и акценты.

4. Подготовить пояснение, как метафора и ритм помогают сформировать уникальный голос бренда и усилить эмоциональное воздействие.

Примерное описание задания и критерии оценивания к мини-проекту

Мини-проект 1.

Описание задания

Разработайте текстовую основу и голос бренда для стартапа в сфере устойчивого образа жизни (например, экомаркет, приложение для раздельного сбора, сервис по аренде одежды).

В рамках проекта необходимо:

- написать краткий инфостильный текст (о продукте/услуге), сократить длинный описательный текст до трёх ёмких предложений, сохранив суть, пользу и уникальность;
- придумать 10 вариантов заголовков для главной страницы сайта, использовать разные крючки: польза, провокация, вопрос, FOMO, метафора, цифра и др.;
- разработать название (нейминг) для стартапа и обосновать его: почему оно запоминается, передаёт ценности, работает в языке и культуре;
- написать манифест бренда (5–7 предложений), сознательно выстраивая ритм: чередовать длинные и короткие предложения, использовать повторы, паузы, акценты;
- подготовить краткую документацию (в PDF), где объяснить:
 - как вы определили голос бренда;
 - как ритм и метафора усиливают коммуникацию;
 - какие приёмы использованы в заголовках и инфостиле.

Формат сдачи:

- PDF-документ с текстами и пояснениями;
- Ссылка на FigJam-доску с визуальной доской настроения (moodboard), если используется;

Критерии оценивания:

Критерий	Описание	Максимальный балл
Лаконичность и ясность	Умение сократить текст до 3 предложений без потери смысла.	2.0
Эффективность заголовков	Разнообразие крючков, цепляющий характер, релевантность ЦА.	2.0
Уникальность нейминга	Название запоминается, отражает суть, не копирует аналоги.	2.0
Работа с ритмом и голосом	Манифест демонстрирует осознанное построение ритма и стиль.	2.0
Документация и подача	Чёткое объяснение решений, логичная структура, наглядность.	2.0
Итог		10.00

Мини-проект 2.**Описание задания**

Создайте текстовую коммуникацию для мобильного приложения в одной из сфер:

- фитнес и здоровье;
- доставка еды;
- управление задачами.

В рамках проекта необходимо:

- разработать слоган и 3 дескриптора для серии экранов приложения;
- написать микрокопи для интерфейса:
 - тексты кнопок (CTA);
 - подсказки (tooltips);
 - сообщения об ошибках;
 - уведомления
- учесть UX-принципы: ясность, дружелюбие, отсутствие жаргона;
- написать сценарий для рекламных сторис (3 кадра), рассказывающий историю пользователя за 30 секунд. Использовать сторителлинг: проблема — действие — результат;
- — подготовить краткую документацию (в PDF), где объяснить:
 - как вы определили голос бренда;
 - как текст адаптирован под носитель;
 - почему выбраны именно такие формулировки.

Формат сдачи:

- PDF-документ с текстами и пояснениями;
- Ссылка на FigJam-доску с визуальной доской настроения (moodboard), если используется.

Критерии оценивания:

Критерий	Описание	Максимальный балл
Эффективность слоганов и дескрипторов	Текст ёмкий, запоминающийся, соответствует бренду.	2.0
Качество UX-текстов	Микрокопи понятны, уместны, помогают пользователю.	2.0
Сила сторителлинга	История укладывается в 30 секунд, вызывает эмоцию, имеет дугу.	2.0
Гибкость голоса (Tone of Voice)	Три версии текста чётко различаются по тону и стилю.	2.0
Документация и подача	Логичное объяснение решений, структурированность, читаемость.	2.0
Итог		10.00

Примерное описание и критерии оценивания к итоговому проекту

Описание проекта:

Проект представляет собой создание финальной рекламной кампании и портфолио текстовых работ, объединённых единой идеей и стилем. Проект призван продемонстрировать освоение ключевых навыков копирайтинга: от написания лаконичных текстов и цепляющих заголовков до работы с голосом бренда и интеграции текста в визуальный контекст. Студент проходит путь от генерации идеи до презентации законченной коммуникации, применяя текст как инструмент влияния и storytelling.

Проект включает серию текстовых материалов по выбранной теме — экология, стартап, образ жизни, социальный проект и т.д. — и развивается в полноценную кампанию, адаптированную под разные носители: соцсети, плакаты, интерфейсы, сторис. Все материалы должны быть выдержаны в едином визуально-текстовом стиле, с чётким голосом бренда и логичной структурой подачи.

Проект может быть оформлен как цифровое портфолио (в Figma, Notion или Behance) и включать как текстовые наброски, так и их визуальное воплощение. Также предусматривается защита проекта — краткая презентация, в которой раскрывается смысл кампании, выбор тона и эффективность текстовых решений.

Цель проекта — объединить все изученные навыки копирайтинга в финальной кампании, демонстрирующей умение создавать сильный, точный и стилистически выдержанный текст, интегрированный с визуалом. Проект направлен на развитие способности превращать идею в целостную коммуникацию, адаптированную под разные форматы и аудитории.

Задачи проекта:

- собрать портфолио из текстов по ключевым форматам курса;
- разработать рекламную кампанию на основе единой концепции;
- выстроить единый голос бренда и визуально-текстовый стиль;
- адаптировать текст под разные носители: соцсети, плакаты, интерфейсы, сторис;
- презентовать проект как законченный кейс.

Критерии оценивания:

- сила и лаконичность текста: текст должен быть точным, ёмким и эффективным;
- единство голоса бренда: все тексты должны звучать как речь одного «человека» или бренда;

- работа текста в разных форматах: текст должен адаптироваться к контексту носителя;
- связь текста и визуала: текст и изображение должны усиливать друг друга, а не существовать отдельно;
- качество подачи и защита проекта: финальная презентация должна чётко и убедительно рассказать о проекте.

Задания для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Задание	Ответ	Компетенция
1	Какой приём позволяет сократить текст до сути, убрав лишнее, но сохранив смысл?	инфостиль	УК-1
2	Как называется текст, который привлекает внимание в первую очередь и работает как "крючок"?	заголовок	УК-1
3	Какой элемент бренда помогает передать его суть в одном-двух словах?	слоган	УК-1
4	Как называется приём, при котором одно понятие объясняется через другое, близкое по образу?	метафора	УК-1
5	Какой тип текста используется в интерфейсах приложений для подсказок, кнопок и ошибок?	микрокопи	УК-2
6	Как называется краткая история бренда, уместающаяся в 30 секунд?	сторителлинг	УК-2
7	Какой термин описывает стиль речи бренда: дружелюбный, дерзкий или официальный?	тон голоса / tone of voice	УК-2
8	Какой формат текста используется для описания преимуществ товара или услуги на плакате?	дескриптор	УК-2
9	Как называется приём, при котором текст и изображение усиливают друг друга?	копи-дизайн	ОПК-4
10	Какой элемент текста является чередованием коротких и длинных предложений?	ритм	ОПК-4
11	Какой стиль письма подразумевает использование коротких, ёмких фраз без лишних слов?	инфостиль	ОПК-4
12	Как называется процесс придумывания названия для бренда или стартапа?	нейминг	ОПК-4
13	В каком графическом редакторе удобно создавать интерактивные прототипы текстовых решений?	Figma	ОПК-6
14	Какой инструмент позволяет структурировать текстовые идеи в виде визуальной доски?	FigJam	ОПК-6
15	Какой формат текста используется для описания функции в приложении при наведении курсора?	подсказка / tooltip	ОПК-6
16	Какой тип платформы подходит для публикации кейсов по копирайтингу?	Behance	ОПК-6
17	Как называется проект, объединяющий тексты, визуал и голос бренда в единую коммуникацию?	рекламная кампания	ПК-3
18	Какой документ включает в себя лучшие текстовые работы копирайтера?	портфолио	ПК-3
19	Какой элемент сторис помогает вызвать эмоцию за короткое время?	история / сторителлинг	ПК-3
20	Как называется текст, который объясняет, зачем нужен продукт, в 5–7 предложений с акцентами и паузами?	манифест бренда	ПК-3