
УТВЕРЖДЕНА

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

**Рабочая программа дисциплины (модуля)
«Основы копирайтинга»**

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	9
4. Содержание дисциплины (модуля)	9
5. Учебно-методическое обеспечение	11
6. Материально-техническое обеспечение	11
7. Методические и оценочные материалы	13

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы копирайтинга» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по специальности 54.03.01 Дизайн, профиль Дизайн, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 1015 от 13.08.2020 года.

Изучение дисциплины (модуля) «Основы копирайтинга» позволяет освоить ключевой инструмент коммуникации, который соединяет креативность с измеримыми бизнес-результатами; владение этим навыком позволяет быстро проверять гипотезы, привлекать целевую аудиторию и повышать конверсию в любых маркетинговых и дизайнерских проектах.

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 часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1, как дисциплина по выбору.

Дисциплина (модуль) изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Цель изучения дисциплины (модуля): сформировать у обучающихся теоретические основы и практические навыки 3D-моделирования и визуализации, позволяющие создавать профессиональные трёхмерные объекты и интегрировать их в комплексные дизайн-проекты.

Задачи изучения дисциплины (модуля):

- изучать роль скетчинга как средства быстрой передачи идей в дизайне, бизнес коммуникации и проектных командах;
- осваивать базовые принципы построения объёма, работы со светотенью, законы изометрии и перспективы для точного изображения пространств;
- развивать навыки визуального сторителлинга, включая кадрирование, композицию и схематичное изображение персонажей пользователей;
- практиковать методы визуализации сложных процессов и интерфейсов: скетчноутинг, создание Wireframes и карт путешествия клиента (Customer Journey Map);
- формировать и поддерживать скетч дневник, а также готовить убедительные презентации, основанные исключительно на собственных набросках.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

знать:

- основные принципы и элементы эффективного текста;
- роли копирайтинга в маркетинге, дизайне и коммуникации;
- методы анализа целевой аудитории и потребностей;
- особенности текстов для разных медиаканалов (веб, соцсети, печать);
- основы сторителлинга и оценки эффективности текстов;

уметь:

- разрабатывать тексты с учетом целевой аудитории и цели проекта;
- создавать продающие и креативные тексты;
- применять SEO и ключевые слова для веб-контента;
- редактировать и корректировать тексты для читаемости и стиля;
- разрабатывать и презентовать копирайтинг-проекты;

владеть:

- навыками написания текстов различной формы и назначения;
- приемами сторителлинга и креативного текста;
- практикой адаптации текста под разные медиа и платформы;

- методами тестирования и оценки эффективности текстов;
- комплексным подходом к разработке и защите текстового проекта.

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.	Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели, выбирать оптимальные способы решения задач, учитывая имеющиеся ресурсы и ограничения
		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
УК-10.	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1.	Знает основные экономические теории и принципы экономической деятельности; нормативные и правовые акты, регулирующие экономическую деятельность
		УК-10.2.	Умеет анализировать экономическую информацию и данные; разрабатывать и обосновывать экономические стратегии и решения
		УК-10.3.	Имеет практический опыт в применении экономических знаний в реальных ситуациях и проектах
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-1.	Способен проводить комплексные предпроектные исследования объектов и систем визуальной информации,	ПК-1.1.	Знает методы сбора и анализа информации для комплексного предпроектного исследования объектов и систем визуальной коммуникации, а также

	идентификации и коммуникации		критерии оценки предпочтений целевой аудитории в сфере дизайна
		ПК-1.2.	Умеет подбирать и систематизировать источники информации, выявлять тенденции в дизайне и формулировать выводы для концептуальной стадии проекта
		ПК-1.3.	Имеет практический опыт проведения сравнительного анализа аналогичных решений в рамках предпроектного исследования и оформления результатов в виде отчётов и/или презентаций, служащих основой для разработки концепции проекта
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		Контроль	Самостояте льная работа	
		Лекции	Семинары (практичес кие занятия)			
1	Основы и теория копирайтинга	10	10	2	40	Домашнее задание Мини-проект
2	Практика написания текстов	10	10	2	40	Домашнее задание Мини-проект
3	Проектная деятельность	10	10	4	38	Домашнее задание Мини-проект Итоговая работа
	Зачет с оценкой			4		
Итого:		30	30	12	118	
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	Основы и теория копирайтинга	Введение в копирайтинг: роль в дизайне. Что такое копирайтинг: не литература, а коммуникация. Текст как часть UX, брендинга, визуального ряда. Примеры, как текст работает с дизайном. Основные принципы эффективного текста. Ясность, краткость, конкретность. Избегание "воды", канцелярита, общих фраз. Правило "одна мысль - один абзац". Целевая аудитория и анализ потребностей. Портрет пользователя: возраст, боль, мотивация, язык. Психографика vs демографика. Как писать "не для всех", а "для одного". Структура текста: заголовки, подзаголовки, абзацы. Пирамида: заголовок - лид - детали. Правила сильного заголовка: польза, интрига, конкретика. Подзаголовки как "дорожные знаки". Абзацы: длина, визуальное дыхание, сканируемость. Стили и тональность текста. Формальный, дружелюбный, экспертный, дерзкий, поэтичный. Тональность бренда: как сохранить её везде. Связь тональности с визуалом.
2	Практика написания текстов	Креативный подход к написанию текстов. Техники генерации идей: мозговой штурм, случайные слова, аналогии. Игра с языком: метафоры, каламбуры, ритм. Копи-дизайн: текст как визуальный элемент. Продающие тексты и сторителлинг. Как превратить функцию в выгоду.

		SEO-копирайтинг и работа с ключевыми словами. Что такое SEO и зачем дизайнеру. Поиск ключевых слов. Естественное вхождение ключей. Тексты для социальных сетей. Форматы: посты, сторис, заголовки, хештеги. Язык платформ. Тексты для веб-сайтов и интерфейсов. UX-копи: кнопки, подсказки, ошибки. Микрокопи: как один текст влияет на юзабилити. Иерархия текста на странице. Тексты для печатных материалов и рекламы. Плакаты, буклеты, упаковка: текст в ограниченном пространстве. Слоганы, нейминг, лейблы. Связь текста и визуала: когда текст - часть композиции. Редактирование и корректура текста. Правила проверки: орфография, пунктуация, стилистика. Техники: чтение вслух, "спящий текст", обратное редактирование. Работа с ИИ-ассистентами.
3	Проектная деятельность	Тестирование и оценка эффективности текстов. А/В-тестирование заголовков, СТА, слоганов. Метрики: CTR, время на странице, конверсия. Обратная связь: фокус-группы, интервью. Подготовка итогового проекта. Выбор формата: брендбук с текстовой стратегией, серия постов, веб-страница, рекламная кампания. Создание текстовой системы бренда: тон, стиль, шаблоны. Интеграция с визуалом. Консультации. Презентация и защита итогового проекта. Презентация текста в контексте дизайна. Объяснение выбора стиля, тона, структуры.

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>

3. 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>

Дополнительная литература:

1. 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) «Основы копирайтинга» в рамках текущего контроля успеваемости используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, домашние задания, мини-проект, итоговая работа, 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.

Электронный документ

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.

Итоговая работа - письменная работа, проводимая в рамках аудиторного занятия для проверки усвоения материала.

Цель среза знаний — оперативно оценить уровень освоения пройденных тем и выявить пробелы для дальнейшей корректировки учебного процесса. Для успешной подготовки рекомендуется систематически повторять материал лекций и семинаров, акцентируя внимание на ключевых понятиях и практических примерах.

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) «Основы копирайтинга»

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 **зачета с оценкой**, 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 силлабусе 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 практическими задачами.
9	Отлично	
8	Отлично	
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.
4	Удовлетворительно	

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
		Студент способен решать только самые простые задачи и владеет лишь минимальным набором методов исследования.
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) «Основы копирайтинга» оценивается следующим образом:

Активность	Вес	Количество	Описание
Домашние задания	30%	10	Набор задач по темам недели
Мини-проект	30%	4	Краткосрочная практическая работа в малых группах на занятиях, направленная на решение конкретных задач
Зачет с оценкой	40%	1	Итоговая работа – срез знаний

Формула расчёта итоговой оценки по дисциплине (модулю) «Основы копирайтинга»: $0,3 \times \text{среднее за домашние задания} + 0,3 \times \text{среднее за мини-проект} + 0,4 \times \text{зачет с оценкой}$.

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Примерные домашние задания

Домашнее задание 1

Отредактировать предоставленный рекламный черновик, улучшив орфографию, стиль и структуру, используя «Track Changes» и представив таблицу правок.

Домашнее задание 2

Создать два детализированных портрета ЦА (персона) и сформулировать маркетинговую гипотезу.

Домашнее задание 3

Подготовить 500-словную SEO-статью-блог, включив мета-теги, анализ частоты ключевых слов и показатель читаемости.

Примерное описание задания и критерии оценивания к мини-проекту

Студент выбирает продукт, формирует 1-2 персоны целевой аудитории, пишет и SEO-оптимизирует набор из четырёх текстов (лендинг, пост для соцсетей, рассылка, статья-блог), редактирует их и защищает результат 5-минутным питчем с обоснованием выбранных решений.

Критерии оценивания:

- **Аудитория** – персона точно отражает боли, мотивы и каналы коммуникации, а тексты «говорят» этим людям.
- **Продающая структура** – в каждом материале прослеживается логика AIDA, чёткий выгода-призыв и обоснованные KPI (прогноз CTR/конверсии).

- **SEO и читаемость** – корректный подбор и распределение ключевых слов, соблюдение длины meta-тегов и показатель Flesch-Kincaid ≥ 60 .
- **Редактура** – отсутствие орфографических/пунктуационных ошибок, единый тон и стилистика во всех четырех текстах.
- **Презентация** – лаконичный, убедительный питч с аргументами выбора формата, аудитории и оптимизационных решений, готовность отвечать на вопросы.

Примерные задания для итоговой работы

1. В двух-трёх предложениях дайте определение термину *копирайтинг* в контексте маркетинга и, который позволяет выявить «болезненные точки» целевой аудитории (например, интервью, карта персонажа, конкурентный анализ).

2. Вам дан слоган «Сэкономьте деньги уже сегодня!». Укажите две проблемы этого заголовка с точки зрения целевой аудитории и предложите по одному улучшению, которые сделают его более конкретным и привлекательным.

3. Напишите 80-100-словный абзац для лендинга нового фитнес-приложения, используя формулу AIDA (Attention → Interest → Desire → Action) и включив один из указанных SEO-ключевых запросов: *приложение для тренировок*, *онлайн-тренер* или *фитнес-программа*.

4. В представленный черновик внесено двенадцать типичных ошибок (орфография, пунктуация, «водяные» фразы, пассивный залог). Отметьте три самых критичных правки, объяснив, почему их исправление повышает читаемость и конверсию.

5. Назовите две метрики, которые вы бы использовали для проверки его результативности (например, CTR, время на странице). Для каждой метрики предложите одно конкретное действие, способное улучшить её показатель.

6. В одном-двух предложениях опишите, какой аспект копирайтинга оказался для вас самым трудным и как планируете работать над его освоением в дальнейшем.

Задания для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Задание	Ответ	Компетенция
1.	Укажите термин, обозначающий процесс написания рекламных и маркетинговых текстов, ориентированных на продажу и вовлечение аудитории.	Копирайтинг	УК-1
2.	Назовите три основных элемента, которые делают заголовок рекламного сообщения эффективным.	Уникальное предложение (USP), выгода для читателя, эмоциональный крючок	УК-2
3.	Какой медиаканал — веб-страница, соц-сеть или печатный баннер — наиболее ограничен по объёму текста?	Печатный баннер	УК-2
4.	Перечислите четыре стадии модели AIDA, используемой в продающем тексте.	Attention → Interest → Desire → Action	УК-1
5.	Чем отличается продающий текст от информационного текста?	Продающий фокусируется на выгода-призыв и конверсии, информационный — на передаче фактов без явного призыва к действию**	ОПК-6

6.	Что такое персона в копирайтинге и какие три ключевых параметра в неё обычно включают?	Вымышленный образ типичного клиента; включают демографию, боли/потребности, каналы коммуникации	ПК-1
7.	Определите термин ключевое слово (keyword) и его роль в SEO-копирайтинге.	Слово/фраза, по которой пользователь ищет информацию; используется для повышения видимости страницы в поисковых системах	УК-1
8.	Назовите один популярный сервис для поиска ключевых слов .	Google Keyword Planner (или Яндекс.Вордстат)	ОПК-6
9.	Какой показатель наиболее часто используется для оценки эффективности email-рассылки ?	Open-rate (открываемость) / CTR (click-through rate)	УК-10
10.	Что обозначает аббревиатура СТА и приведите пример короткого призыва к действию.	Call-to-Action ; пример — «Получить скидку 30 % сейчас!»	УК-2
11.	Что подразумевается под tone of voice (тон голоса) текста и зачем он нужен?	Система лексико-стилистических характеристик, передающая характер бренда; обеспечивает единообразие коммуникаций и усиливает узнаваемость	ОПК-6
12.	Перечислите три основных компонента сторителлинга в рекламном тексте.	Герой (пользователь), конфликт/проблема, решение/выгода	ПК-3
13.	Что такое wire-frame текста (текстовый прототип) при разработке веб-страницы?	Схема расположения заголовков, абзацев, СТА и элементов UI без окончательного контента, используемая для быстрой проверки структуры	ПК-1
14.	Чем отличается короткое объявление от лендинга по цели и структуре?	Объявление — быстрое привлечение внимания, один-единственный призыв; лендинг — полноценная посадочная страница, включает аргументацию, социальные доказательства, несколько СТА	ОПК-6
15.	Укажите два типа копирайтинга, часто используемых в социальных сетях.	Тизер-пост (короткий захват) и карусель-текст (серия небольших блоков с микросообщениями)	ПК-
17.	Что входит в контент-план и сколько основных разделов он обычно содержит?	Темы, форматы, сроки публикаций, ответственные лица, KPI ; обычно 5-6 ключевых разделов.	ПК-1
18.	Какой онлайн-инструмент позволяет совместно редактировать копирайт-текст в режиме реального времени?	Google Docs (или Microsoft OneDrive / Word-Online)	ОПК-6
19.	Перечислите три правила, повышающие читаемость рекламного текста.	Короткие предложения, активный залог, отсутствие «водяных» фраз	ОПК-6
20.	Какой принцип «меньше — лучше» следует применять при написании продающего текста?	Убирать всё, что не усиливает выгоду или призыв к действию; использовать лаконичные формулировки и сильные глаголы	УК-1