
УТВЕРЖДЕНА

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

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

Направление подготовки: 38.03.05 Бизнес-информатика

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	7
4. Содержание дисциплины (модуля)	7
5. Учебно-методическое обеспечение	8
6. Материально-техническое обеспечение	8
7. Методические и оценочные материалы	10

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Копирайтинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по специальности 38.03.05 «Бизнес-информатика», профиль Дизайн, утвержденный приказом Минобрнауки России № 838 от 29.07.2020 года.

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 38.03.05 «Бизнес-информатика», 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-6.	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1.	Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда
		УК-6.2.	Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития. формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей
		УК-6.3.	Имеет практический опыт получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ
УК-10.	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1.	Знает основные экономические теории и принципы; 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-1.	Способен проводить моделирование, анализ и совершенствование бизнес-процессов и информационно-технологической инфраструктуры предприятия в интересах достижения его стратегических целей с использованием современных методов и программного инструментария	ОПК-1.1.	Знает современные методы моделирования, основные принципы анализа и оптимизации процессов, связь бизнес-процессов с пользовательским опытом и стратегическими целями компании
		ОПК-1.2.	Умеет выявлять и визуализировать реальные процессы взаимодействия с пользователем, клиентом или продуктом; проводить их

			анализ, проектировать и совершенствовать процессы так, чтобы они поддерживали стратегические цели проекта и повышали качество пользовательского опыта
		ОПК-1.3.	Имеет практический опыт работы с инструментами моделирования процессов в контексте дизайна, а также создания и защиты моделей бизнес-процессов для команд дизайна и продукта
ПК-2.	Способен осуществлять поиск, создание и редактирование информационно-содержательных материалов для цифровых продуктов и коммуникационных решений	ПК-2.1.	Знает методы поиска и систематизации информации, принципы создания и редактирования текстовых и визуальных материалов, требования к контенту в цифровой и физической среде
		ПК-2.2.	Умеет осуществлять подбор информации по тематике проекта, создавать и модифицировать информационные материалы, адаптировать контент для различных цифровых платформ
		ПК-2.3.	Имеет практический опыт разработки информационно-содержательных материалов для веб-ресурсов, социальных сетей и цифровых продуктов в рамках учебно-профессиональных задач

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 инструмент помогает уложиться в срок при написании текста для кампании?	тайм-план / планирование	УК-6
2	Как называется подход, при котором вы разбиваете работу на этапы: черновик, правка, финал?	поэтапная работа / тайм-менеджмент	УК-6
3	Какой навык помогает успеть подготовить тексты для портфолио к дедлайну?	самоорганизация / управление временем	УК-6
4	Как называется процесс постановки целей по освоению новых стилей письма?	саморазвитие / траектория обучения	УК-6
5	Какой принцип помогает снизить затраты на редактирование текста?	оптимизация / экономия ресурсов	УК-10
6	Как называется подход, при котором выбирается наиболее эффективный текст для рекламы?	экономное решение / рациональный выбор	УК-10
7	Какой термин описывает баланс между длиной текста и его эффективностью?	соотношение затрат и эффекта	УК-10
8	Как называется практика использования шаблонов текстов вместо написания с нуля?	бюджетное проектирование	УК-10
9	Как называется краткий текст, передающий суть бренда в двух словах?	слоган / девиз	ОПК-1
10	Какой термин описывает стиль текста интерфейса, понятный пользователю?	UX-копирайтинг / микрокопи	ОПК-1
11	Как называется приём, при котором текст вызывает эмоции через историю?	сторителлинг / повествование	ОПК-1
12	Какой подход используется для создания единого стиля текстов в кампании?	системный текст / голос бренда	ОПК-1
13	Какой элемент текста привлекает внимание в первую очередь?	заголовок / хук	ПК-2
14	Как называется краткое описание продукта под заголовком?	оффер / дескриптор	ПК-2
15	Какой термин описывает стиль письма бренда (официальный, дерзкий и т.д.)?	голос бренда / tone of voice	ПК-2
16	Как называется практика переписывания одного текста в трёх стилях?	адаптация текста / ToV-вариации	ПК-2
17	Какой тип текста используется в кнопке интерфейса?	микрокопи	ПК-2
18	Как называется процесс сокращения текста до сути?	редактура / лаконичность	ПК-2
19	Какой формат подходит для публикации текстов в соцсетях?	пост / сторис / карточка	ПК-2
20	Как называется процесс создания текстовой концепции для рекламной кампании?	разработка копии / текстовая архитектура	ПК-2