

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дополнительной образовательной программы повышения квалификации
«Копирайтинг в области интернет-маркетинга на английском языке»

Цель программы: совершенствование практических письменных навыков специалистов по маркетингу и рекламе, работающих с англоязычным цифровым контентом, в области написания рекламных и PR текстов, слоганов для сайтов и социальных сетей, разработки коммерческих предложений, составлении электронных писем на английском языке.

Задачи программы:

- Знакомство с зарубежным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела.
- Эффективное использование английского языка наряду с родным в качестве средства профессионального общения.
- Освоение специальной лексики и маркетинговых терминов на английском языке.
- Формирование у слушателей представления об этапах создания рекламных и PR-текстов, работе с брифом.
- Приобретение практических навыков по анализу и написанию рекламных и PR-текстов на английском языке.

Практическая значимость программы повышения квалификации «Копирайтинг в области интернет-маркетинга на английском языке» заключается в следующем:

- слушатели приобретают навыки написания, анализа и редактирования рекламных и маркетинговых текстов различной тематики на английском языке;
- слушатели овладевают профессиональной лексикой, необходимой для работы с рекламными и маркетинговыми текстами на английском языке;
- в ходе практических занятий слушатели имеют возможность проанализировать тексты компании-работодателя и развить собственные профессиональные компетенции.

Формы контроля и аттестации

При прохождении обучения на курсах повышения квалификации в системе специального образования по теме «Копирайтинг в области интернет-маркетинга на английском языке» предусмотрен итоговый контроль сформированности соответствующих компетенций.

Заключительный контроль проводится по завершению обучения (повышение квалификации) слушателей в форме зачета.

Лицам, успешно освоившим настоящую дополнительную профессиональную программу и успешно сдавшим зачет, выдаются документы о квалификации: удостоверение о повышении квалификации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 58 академических часов, из них: лекций 28 часов, практических занятий 30 часов, в том числе итоговый контроль 2 часа.

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ. СОДЕРЖАНИЕ.

Тема 1. Копирайтинг как творческий процесс:

1.1. Аудитория рекламного текста. *Лекционное занятие (2 часа)*

- определение, история копирайтинга;
- PR- коммуникация; PR-текст и рекламный текст; убеждающий текст, его виды;
- аудитория рекламного текста; мотивы деятельности аудитории;
- психология потребителя, его эволюция с XIX века до наших дней;
- расширение аудитории пользователей мобильных устройств как интернет-тренд;
- особенности мобильного маркетинга.

1.

1.1.

1.2. Особенности восприятия рекламного текста. *Лекционное занятие (2 часа)*

- основные принципы работы над текстом с учетом лингвокультурных особенностей целевой аудитории;
- основы восприятия цифрового контента;
- 'skim' factor, виды чтения: web-scanners vs readers;
- влияние исследований в области web usability на написание рекламных текстов.

Практическое занятие (2 часа)

Семинар: «Продающие тексты как основа интернет-маркетинга». Анализ клиента. Анализ конкурентного окружения. Апсейлы. Кейсы и отзывы. Формы захвата. Дизайн и верстка контента.

Тема 2. Этапы работы над рекламным текстом. *Лекционное занятие (2 часа)*

- методы сбора информации для текста;
- проведение и анализ результатов рекламно-маркетинговых исследований.
- выработка творческой рекламной стратегии и рекламной идеи. Выбор стиля и тона обращения.
- определение структуры обращения и создание его основных элементов.
- построение композиции и создание макета.

Практическое занятие (2 часа)

Разработка маркетинговой стратегии для корпоративного блога, являющегося частью итоговой работы: анализ аудитории, рекламная идея.

Тема 3. Приемы убеждения и аргументации. *Лекционное занятие (2 часа)*

- усилители убедительных текстов;
- универсальные техники убеждения аудитории;
- аргументация цены.

Практическое занятие (2 часа)

Обсуждение и анализ примеров удачных текстов и текстов компании-работодателя или компании по выбору.

Тема 4. Расположение информации в тексте. *Лекционное занятие (2 часа)*

- схемы написания рекламных и PR-текстов: схема «От проблем клиента»; схема «Проблема – Агитация - Решение»; схема «От возражений клиента»;
- примеры и анализ типичных ошибок при использовании схем.

Практическое занятие (2 часа)

Обсуждение и анализ примеров удачных текстов и текстов компании-работодателя или компании по выбору.

Тема 5. Редакционные задачи и возможности маркетинговых текстов.

5.1. Аналитическая обработка информации. *Лекционное занятие (2 часа)*

- виды статей в интернете по типам написания и их особенности: статьи, отвечающие на вопрос «как», вдохновляющие статьи, новостные статьи, аналитические статьи, статья-обзор, статья-список, статья-цитата.
- структура и план редакторской работы: набор фактуры и доработка, редаKTура, жизнь статьи после публикации.

Практическое занятие (2 часа)

Разработка маркетинговой стратегии для корпоративного блога, являющегося частью итоговой работы: сбор материала.

5.2. Особенности работы с брифом

Лекционное занятие (2 часа)

- Форматы «Объяснительной журналистики». Карточки. Игры. Тесты. Чек-листы. Вайт-пейперы и книги. Вопросы и ответы.
- Анонимные интервью как метод проведения качественных исследований при составлении брифа.

Практическое занятие (2 часа)

Разработка маркетинговой стратегии для корпоративного блога, являющегося частью итоговой работы: составление брифа.

5.3. Руководство маркетинговым проектом

Лекционное занятие (2 часа)

- делегирование работы. Поиск исполнителей.
- этапы и особенности процесса составления заявки.
- работа по плану: знакомство с текстом, определение задач, редакторская работа над текстом.
- редаKTура чужих текстов: два вида. Типы редакторской правки: сокращение, стилистическая обработка, корреKTура, переделка.
- составление бюджета редаKTуры.

Практическое занятие (2 часа)

Редактирование текста с сайта компании-работодателя или компании по выбору.

Тема 6. Функциональное и композиционное разнообразие маркетинговых текстов

6.1. Рассылка

Лекционное занятие (2 часа)

- Темы писем как средство увеличения прибыли
- Основные принципы работы со статистикой: задачи и методы отслеживания показателей по email-маркетингу.

- Использование средств лексической образности английского языка для создания мотивирующих текстов рассылочных писем.

Практическое занятие (2 часа)

Обсуждение и анализ существующего рассылочного письма компании-работодателя или компании по выбору. Составление собственного рассылочного письма для компании-работодателя или компании по выбору.

6.2.Посадочные страницы

Лекционное занятие (2 часа)

- Структура посадочной страницы и базовые принципы вёрстки.
- Основные принципы согласования текстовой и визуальной частей: схемы, иллюстрации, стиль.

Практическое занятие (2 часа)

Обсуждение и анализ существующей посадочной страницы компании-работодателя или компании по выбору.

6.3.Блог

Лекционное занятие (2 часа)

- Принципы и особенности параллельной работы над статьями для корпоративного блога.
- Согласование и продвижение корпоративного блога.

Практическое занятие (2 часа)

Написание статьи для блога, являющегося частью итоговой работы.

6.4.Социальные сети

Лекционное занятие (2 часа)

- Виды и специфика текстов для социальных сетей.
- Стратегии выбора тактики общения в социальных сетях. Обзор удачных и неудачных примеров корпоративной политики англоязычных компаний в социальных сетях.
- Основы анализа цикла публикаций в социальные сети перед публикацией.

Практическое занятие (2 часа)

Обсуждение и анализ существующей посадочной страницы компании-работодателя или компании по выбору. Написание собственной статьи для социальной сети собственной компании или компании по выбору.

6.5.SEO-копирайтинг

Лекционное занятие (2 часа)

- понимание технического задания,
- основные параметры статьи; уникальность, ключевые слова;
- основные требования к тексту: стоп-слова, плотность;
- использование классического подхода: опиши проблему и предложи решение; взгляд со стороны клиента;
- структурированные формулы написания текстов (AIDA, PMPHS), их плюсы и минусы.

Практическое занятие (2 часа)

Обсуждение и анализ сайта компании-работодателя или компании по выбору.

Тема 7. Служебный копирайтинг

6.7.Интерфейс

Лекционное занятие (2 часа)

Текст в интерфейсе: поля, сообщения и кнопки.

Служебная информация: польза и минимум.

Практическое занятие (2 часа)

Разработка концепции интерфейса и создание навигации для блога, являющегося частью итоговой работы.

6.8.Служебное письмо

Лекционное занятие (2 часа)

- Смысл служебных писем.
- Принципы редактуры служебных писем для достижения наибольшей лаконичности.

Практическое занятие (2 часа)

Обсуждение и анализ служебного письма компании-работодателя или компании по выбору. Составление собственного служебного письма для сайта своей компании или компании по выбору.

Особенности организации образовательного процесса

В ходе освоения содержания программы используются образовательные технологии, предусматривающие различные методы и формы изучения материала (лекции, практические занятия).

В зависимости от содержания темы, профиля и уровня подготовки обучающихся, специфики учебной темы, для семинара выбирается форма проведения занятия, среди которых: - развернутая беседа на основании плана, предложенного преподавателем; - устный опрос обучающихся по вопросам плана семинара; - прослушивание и обсуждение работ обучающихся; - семинар – деловая игра; - семинар – практическое занятие; - семинар – творческая работа; - смешанная форма, с элементами различных форм проведения. В процессе изучения дисциплины используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, написание рекламных и PR-текстов, разработка собственного блога на базе WordPress.

Кроме того, используются:

- *анализ конкретных ситуаций (применяется в практических занятиях)*. Исследование в учебном процессе реальной или искусственной обстановки, с целью выявления её конкретных свойств. Система таких ситуаций (упражнений) позволяет представить содержание специальной помощи в динамике и способствует формированию профессионального мышления;

- *кейс-метод (применяется в практических занятиях)*. Анализ реальной жизненной ситуации (собственной или участника ученической группы) обеспечивающих освоение теоретических положений и овладения практическим использованием материала.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

Образовательная программа рассчитана на 58 часа.

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И АТТЕСТАЦИИ

При повышении квалификации в рамках программы **«Копирайтинг в области интернет-маркетинга на английском языке»** предусмотрена итоговая аттестация сформированности соответствующих компетенций.

Итоговая аттестация проводится по завершению обучения (повышение квалификации) слушателей в форме зачета.

Лицам, успешно освоившим настоящую дополнительную профессиональную программу и успешно сдавшим зачет, выдаются документы о квалификации: удостоверение о повышении квалификации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 58 академических часов, из них: лекций 28 часов, практических занятий 30 часов, в том числе итоговый контроль 2 часа.

Оценочные материалы.

Лекции

Посещаемость – от 0 до 20 баллов.

Практические занятия

Контроль выполнения практических заданий (устные ответы, написание и редактирование текстов на семинарах) - от 0 до 25 баллов.

Самостоятельная работа

Подготовка частей итоговой работы - от 0 до 25 баллов.

Презентация итоговой работы – от 0 до 30 баллов

При определении разброса баллов при оценивании практических занятий и самостоятельной работы преподаватель может воспользоваться следующим примером ранжирования:

21-30 баллов – ответ на «отлично»

16-20 баллов – ответ на «хорошо»

11-15 баллов – ответ на «удовлетворительно»

0-10 баллов – ответ на «неудовлетворительно»

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности слушателя по программе «Копирайтинг в области интернет-маркетинга на английском языке» составляет 100 баллов.

Процедура проведения итоговой аттестации – зачет.

Пересчет полученной обучающимися суммы баллов по программе «Копирайтинг в области интернет-маркетинга на английском языке» в оценку (зачет):

- 60 баллов и более «зачтено»
- меньше 60 баллов «не зачтено»

Виды самостоятельных работ

№ п/п	Наименование тем	Вид самостоятельной работы
1.	Копирайтинг как творческий процесс.	Подготовка докладов и сообщений на семинарское занятие. Выполнение практических заданий.

2.	Этапы работы над рекламным текстом.	Выполнение практических заданий.
3.	Приемы убеждения и аргументации	Выполнение практических заданий. Работа с текстами, требующими редакции
4.	Расположение информации в тексте	Выполнение практических заданий. Работа с текстами, требующими редакции
5.	Редакционные задачи и возможности маркетинговых текстов	Выполнение практических заданий. Работа с текстами, требующими редакции
6.	Функциональное и композиционное разнообразие маркетинговых текстов	Анализ текстов: рассылочное письмо, посадочная страница, блог, аккаунт в социальной сети, раздел корпоративного сайта
7.	Служебный копирайтинг	Анализ интерфейса корпоративного сайта, анализ текста служебного письма
8.	Практика коммерческого копирайтинга	Выполнение практических заданий. Работа с текстами, требующими редакции

Итого самостоятельная работа -24 часа

Задание для итоговой работы:

Создание блога компании-работодателя на базе бесплатного шаблона платформы WordPress.

1. Выбор шаблона и названия
2. Разработка концепции навигации и ее элементов
3. Написание трех статей на английском языке в соответствии с выбранной маркетинговой концепцией
4. Подбор иллюстраций и видео