

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

**«ВЕРХНЕВОЛЖСКИЙ МЕЖОТРАСЛЕВОЙ ТЕХНИКУМ»**



А.И. Садыкова  
2025 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ПРОГРАММА – ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА «КОПИРАЙТЕР»**

**с применением исключительно электронного обучения, дистанционных  
образовательных технологий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«КОПИРАЙТЕР»**

Составитель:

Фамилия, имя, отчество	Должность
Бондарь И.В.	преподаватель

Пучеж - 2025

## 1. Цель изучения программы «Копирайтер»

Целью освоения программы является приобретение теоретических и практических навыков по созданию полноценных информационных продуктов и решению бизнес-задач с помощью контента; сформировать навыки по созданию лэндингов и текстов для различных каналов продвижения; овладение знаниями по формированию контент-стратегий; формирование навыков по дизайну и верстке.

## 2. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины

Формируемые компетенции	Перечень планируемых результатов освоения дисциплины
<b>К 1.1</b> Способен находить информацию по тематике сайта	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска;</li><li>– Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет.</li></ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайтах;</li><li>– владеть различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов);</li><li>– работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.</li></ul> <p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– выявление потенциальных источников информации (среди сайтов производителей и основных дистрибуторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организаций);</li><li>– поиск и извлечение (копирование, сохранение) недостающей графической и (или) текстовой информации;</li><li>– поиск информации о новых товарах и услугах, других материалов для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями;</li><li>– мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок.</li></ul>

<p><b>К 1.2</b> Способен управлять коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы копирайтинга и рерайта;</li> <li>– большой словарный запас, высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика);</li> <li>– законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет;</li> <li>– экспертные знания в одной или нескольких профессиональных областях;</li> </ul>
---	---

– основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок).

**Уметь:**

- писать тексты литературным, техническим и рекламным языком;
- реферировать, аннотировать и модифицировать тексты;
- владеть текстовым редактором.

**Иметь практический опыт:**

- переработка текстов различной тематики (рерайт);
- написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг);
- поисковая оптимизация и адаптация текстовых материалов;
- актуализация и расширение знаний по тематике информационных ресурсов.

### 3. Содержание учебной дисциплины «Копирайтер»

#### 3.1. Распределение учебного времени, выделенного на контактную работу обучающихся с преподавателем, на самостоятельную работу обучающихся

	Наименование тем учебной дисциплины	Общая трудоемкость, ч.	Всего, ч.	Контактная работа, ч			Самостоятельная работа, ч	Форма аттестации
				Лекции	Лабораторные работы	Практические, семинарские занятия и др. занятия		
1	2	3	4	5	6	7	9	10
1.	Тема 1. Введение в профессию	8	-	-	-	2	6	-
2.	Тема 2. Подготовительная работа. Сбор и анализ информации	12	-	-	-	6	6	-
3.	Тема 3. Основы создания текста	10	-	-	-	6	4	-
4.	Тема 4. Коммерческий текст	12	-	-	-	6	6	-
5.	Тема 5. Описание продукта	6	-	-	-	4	2	-
6.	Тема 6. Email-рассылка	10	-	-	-	4	6	-
7.	Тема 7. Редактура текста	12	-	-	-	6	6	-
<b>Итоговая аттестация (Зачёт)</b>		2	-	-	-		-	2
<b>Итого</b>		<b>72</b>	-	-	-	<b>34</b>	<b>36</b>	<b>2</b>

### **3.2. Содержание тем учебной дисциплины «Копирайтер»**

#### **Тема 1. Введение в профессию**

Что такое копирайтинг и как работают тексты?

Что должен уметь сильный редактор?

Мифы о копирайтинге.

Чем копирайтер отличается от других профессий?

Текст и этапы работы.

Продающие тексты.

#### **Тема 2. Подготовительная работа. Сбор и анализ информации**

Источники информации: социальные сети, открытые базы данных и поисковые системы.

Сбор и систематизация информации.

Проверка информации.

Хранение информации.

Какие данные запросить у заказчика.

Как провести микроисследование целевой аудитории, которое поможет написать эффективный текст и защитить работу перед заказчиком.

Как провести анализ конкурентов.

Типичные ошибки новичка.

#### **Тема 3. Основы создания текста**

Специфика и виды постов для соцсетей.

Постинг и контент-план.

Структура и логика статьи.

SEO и LSI.

Платформы для статей.

Общие правила рекламного копирайтинга.

УТП и заголовки.

Блоки лендинга

#### **Тема 4. Коммерческий текст**

Как понять, будет ли коммерческий текст эффективны?

Воронка продаж.

Текст на каждом этапе воронки.

Текст как воронка.

В каких случаях не стоит использовать текст как инструмент?

Если не текст, то что?

Форматы контента.

#### **Тема 5. Описание продукта**

Как написать структуру текста.

Что такое «поток мысли» и для чего он нам необходим.

Внутренний редактор и графоман.

Как преодолеть писательский ступор.

## **Тема 6. Email-рассылка**

Основы email-копирайтинга (общие требования к структуре и тексту).

Схемы рассылок.

Создание контента для email-рассылки (темы, tone of voice, как избежать ошибок).

Типы сегментации.

Создание результативной стратегии.

## **Тема 7. Редактура текста**

Общие принципы редактуры.

Популярные ошибки редактуры.

Структура редактуры.

Стоп слова, емкость текста.

Корректорская работа и типографика.

Практикум. Проверка текста по чек-листу.

Приемы редактуры.

#### 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

##### 4.1 Перечень учебных изданий, информационно-справочных систем, Интернет-ресурсов

№	Нормативно-правовые акты
1.	Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2.	Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ
3.	Федеральный закон от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».
4.	Федеральный закон от 02.03.2007 г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе Российской Федерации»
5.	Федеральный закон от 25.12.2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».
6.	Федеральный закон от 09.02.2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».
7.	Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг».
8.	Федеральный закон от 06.04.2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи».
9.	Указ Президента Российской Федерации от 28.04.2008 г. № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов».
10.	Постановление Правительства РФ от 08.09.2010 г. № 697 «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия» (вместе с "Положением о единой системе межведомственного электронного взаимодействия").
11.	Постановление Правительства РФ от 08.06.2011 г. № 451 «Об инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме» (вместе с "Положением об инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме").
12.	Постановление Правительства РФ от 24.10.2011 г. № 861 «О федеральных государственных информационных системах, обеспечивающих предоставление в электронной форме государственных и муниципальных услуг (осуществление функций)» (вместе с "Положением о федеральной государственной информационной системе "Федеральный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)", "Правилами ведения федеральной государственной информационной системы "Федеральный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)", "Положением о федеральной государственной информационной системе "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)", "Требованиями к региональным порталам государственных и муниципальных услуг (функций)".

13.	Постановление Правительства РФ от 28.11.2011 г. № 977 «О федеральной государственной информационной системе "Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме" (вместе с "Требованиями к федеральной государственной информационной системе "Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме").
14.	Постановление Правительства РФ от 09.02.2012 г. № 111 «Об электронной подписи, используемой органами исполнительной власти и органами местного самоуправления при организации электронного взаимодействия между собой, о порядке ее использования, а также об установлении требований к обеспечению совместимости средств электронной подписи» (вместе с "Правилами использования усиленной квалифицированной электронной подписи органами исполнительной власти и органами местного самоуправления при организации электронного взаимодействия между собой", "Требованиями к обеспечению совместимости средств электронной подписи при организации электронного взаимодействия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления между собой").
15.	Постановление Правительства РФ от 25.01.2013 г. № 33 «Об использовании простой электронной подписи при оказании государственных и муниципальных услуг» (вместе с "Правилами использования простой электронной подписи при оказании государственных и муниципальных услуг").
<b>Основные источники</b>	
1.	Луговой, Д.Б. Копирайтинг: учебное пособие : [16+] / Д.Б. Луговой ; Северо-Кавказский федеральный Техникум. – Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный Техникум (СКФУ), 2017. – 131 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483728">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483728</a>
2.	Пономарева, А.М. Креатив и копирайтинг : учебник : [16+] / А.М. Пономарева; Ростовский государственный экономический Техникум (РИНХ). – 2-е изд., испр. и доп. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 268 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=568146">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=568146</a>
<b>Дополнительные источники</b>	
1.	Музыкант, В.Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) / В.Л. Музыкант, Д.С. Скнарев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 274 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495064">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495064</a>
2.	Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. – (Бизнес-класс). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=256458">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=256458</a>
3.	Преснякова, Е.А. Работа копирайтера : практическое пособие / Е.А. Преснякова. – Москва : Интернет-Техникум Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2011. – 98 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=234558">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=234558</a>
4.	Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей : практическое пособие / О.И. Крохина, М.Н. Полосина, А.В. Рубель и др. ; ред. Е.В. Селин, М.С. Ханина. – Москва : Инфра-Инженерия, 2012. – 216 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=144651">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=144651</a>
<b>Информационно-справочные системы</b>	
1.	Консультант Плюс <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

2.	Гарант <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>
<b>Интернет-ресурсы</b>	
1.	Официальный сайт Президента Российской Федерации // URL: <a href="http://www.kremlin.ru">http://www.kremlin.ru</a>
2.	Официальный портал Правительства Российской Федерации // URL: <a href="http://government.ru">http://government.ru</a>
3.	Федеральный портал управленческих кадров // URL: <a href="http://gossluzhba.gov.ru/">http://gossluzhba.gov.ru/</a>
4.	Федеральный правовой портал // URL: <a href="http://law.edu.ru/">http://law.edu.ru/</a>
5.	Официальный сайт Минтруда России // URL: <a href="http://www.rosmintrud.ru/">www.rosmintrud.ru/</a>
6.	Официальный портал Госпрограмм РФ Нормативная правовая база: URL: <a href="http://programs.gov.ru/Portal/programs/documents">http://programs.gov.ru/Portal/programs/documents</a>
7.	Официальный сайт Министерства финансов РФ: URL: <a href="http://www.minfin.ru">http://www.minfin.ru</a>
8.	Официальный сайт федерального казначейства РФ: URL: <a href="http://www.roskazna.ru">http://www.roskazna.ru</a>
9.	Официальный сайт Министерства экономического развития РФ: URL: <a href="http://www.economy.gov.ru">http://www.economy.gov.ru</a>
10.	Портал государственных услуг Российской Федерации: <a href="https://www.gosuslugi.ru/">https://www.gosuslugi.ru/</a>
11.	<a href="https://www.kommersant.ru/doc/175133">https://www.kommersant.ru/doc/175133</a>
12.	<a href="https://pravo.studio/ekonomika/upravlenie-gosudarstvennoy-sobstvennostyu-37736.html">https://pravo.studio/ekonomika/upravlenie-gosudarstvennoy-sobstvennostyu-37736.html</a>

#### **4.2 Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

Программа учебной дисциплины обеспечивается учебно-методической документацией.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся методически обеспечена учебно-методическими материалами, входящими в состав учебно-методических комплексов.

Каждый обучающийся имеет доступ к электронно-библиотечной системе. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

### **5. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины**

Реализация дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы «Копирайтер» осуществляется с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

#### **1. Материально-техническое обеспечение:**

- персональные компьютеры, ноутбуки, планшеты или иные устройства, обеспечивающие доступ к образовательной платформе и электронным ресурсам;
- устойчивое подключение к сети Интернет, обеспечивающее просмотр видеолекций, участие в онлайн-занятиях и работу с текстовыми редакторами;
- веб-камеры, микрофоны и наушники (гарнитуры) для участия в вебинарах, мастер-классах и консультациях с преподавателями;
- система управления обучением (Learning Management System), позволяющая

размещать материалы, проводить тестирование, проверку практических заданий и контроль результатов обучения;

- сервисы видеоконференцсвязи для проведения онлайн-занятий, интерактивных семинаров и консультаций;
- программное обеспечение, необходимое для освоения практических навыков:
  - текстовые редакторы (MS Word, Google Docs, LibreOffice Writer или аналоги);
  - онлайн-платформы для совместной работы (Google Workspace, Notion, Trello и др.);
  - графические редакторы базового уровня (Canva, Figma, Photoshop – по мере необходимости).

## **2. Информационное обеспечение:**

- доступ к электронной образовательной среде организации (личный кабинет обучающегося, электронный журнал, библиотека, система обмена сообщениями);
- учебно-методические материалы в электронном виде (учебные пособия, методические рекомендации, рабочие тетради, презентации, видеолекции, практические задания);
- мультимедийные учебные ресурсы (видеоуроки, вебинары, интерактивные тренажёры по созданию рекламных и информационных текстов);
- электронные библиотеки и базы данных (научные и публицистические тексты, статьи из СМИ, материалы по интернет-маркетингу, рекламе и PR);
- доступ к специализированным ресурсам и справочникам по русскому языку и стилистике (Грамота.ру, Национальный корпус русского языка, онлайн-словарные базы).

## **3. Поддержка обучающихся:**

- круглосуточный доступ к образовательной платформе с индивидуальными логинами и паролями;
- служба технической поддержки для решения вопросов, связанных с использованием образовательных ресурсов;
- регулярные консультации преподавателей и наставников в формате видеоконференций, онлайн-чата, форумов и электронной почты;
- организация дистанционных проектных и творческих заданий с обратной связью.

Материально-техническое и информационное обеспечение позволяет в полном объеме реализовать программу, обеспечивает развитие у обучающихся навыков создания текстов различных жанров и форматов, а также формирует компетенции, необходимые для работы в сфере копирайтинга и цифровых коммуникаций

## **6. Методические указания для обучающихся**

В процессе освоения учебной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, практические работы, а также различные виды

самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных знаний и умений.

## **6.1 Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции**

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

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления

преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

## **6.2 Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ**

Практические работы выполняются в соответствии с учебным планом при последовательном изучении тем учебной дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению практической работы, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими темами учебной дисциплины по рекомендованной учебной литературе;
- ознакомиться с порядком проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- ознакомиться с заданием и сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения практической работы.

В ходе выполнения практической работы необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

## **6.3 Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование).

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий учебной дисциплины. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Рекомендуется составлять опорные конспекты. Выводы,

полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений учебной дисциплины.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по учебной дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по учебной дисциплине при минимальном участии преподавателя.

## **7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине**

1. Текущий контроль по учебной дисциплине проводится в форме: устного опроса, выполнения практических работ, решения практических вопросов.

2. Промежуточная аттестация: по учебной дисциплине проводится в форме зачета в виде автоматизированного тестирования.

Тест включает в себя тестовые задания нескольких видов, предполагающих оценку различных аспектов профессиональной компетентности обучающихся. Количество заданий в тесте – 25. За каждый правильный ответ обучающемуся выставляется 4 балла. Время прохождения тестирования составляет не более 60 минут.

Для сопоставления пятибалльной системы оценки и 100-балльной системы оценки приводится следующая шкала:

Максимальное количество баллов равно 100.

Перевод полученных баллов в отметку производится следующим образом:

90-100 баллов «отлично»/зачтено;

80-89 баллов «очень хорошо»/зачтено;

70-79 баллов «хорошо»/зачтено;

50-69 баллов «удовлетворительно»/зачтено;

менее 50 баллов «неудовлетворительно»/не зачтено.

### **Типовые тестовые задания**

1. Что такое копирайтинг?

а) написание слоганов, официальной документации и составление презентаций;

б) интересное творческое занятие для людей, которым нравится писать тексты;

в) умение находить и отбирать информацию, адаптировать ее для целевой аудитории, выбирать наиболее подходящий формат и жанр и создавать на основе этого текст для решения бизнес-задач.

2. Задачи копирайтинга? (выделить все ответы)

а) увеличение продаж;

- б) привлечение новых сотрудников;
- в) повышение грамотности;
- г) формирование Tone of voice;
- д) создание отзывов;
- е) повышение экспертности;
- ж) привлечение лояльности аудитории.

3. Чем занимаются специалисты? (соединить варианты)

1. Digital-маркетолог	а	Координирует задачи
2. Корректор	б	Создает тексты
3. Project-менеджер	в	Продвигает продукт
4. Копирайтер	г	Редактирует тексты

4. Почему люди покупают? (выделить все ответы)

- а) ограничение;
- б) нужда;
- в) характер;
- г) боль;
- д) угроза;
- е) кейс.

5. Расставьте этапы работы над текстом в правильном порядке:

1. согласование;
2. планирование;
3. внесение правок;
4. корректура;
5. аналитика;
6. разбор ТЗ;
7. написание.

6. Выберите формулы продающих текстов (выделить все ответы)

- а) AIDCA;
- б) ODA;
- в) RTHS;
- г) ACCR;
- д) ACCA.

7. Рассчитайте конверсию текста:

Текст прочитало 13956 человек; перешло по ссылке в тексте 734 человека; выполнили целевое действие – 9387.

8. Пропишите косвенные целевые аудитории у следующих прямых ЦА:

Продукт	Прямая ЦА	Косвенная ЦА
Ювелирные украшения	Девушки 25+ с заработком выше среднего	
Новый айфон	Девушки и парни 25-35 лет с заработком выше среднего	
Услуги барбера	Мужчины 18+	

9. С какой периодичностью публиковаться в социальных сетях? (соединить варианты)

1. Одноклассники	а	ежедневно
2. Instagram	б	2-3 раза в неделю
3. ВКонтакте	в	1-2 раза в неделю
4. Facebook	г	2-3 раза в день

10. Что такое Tone of voice?  
 а) тональность голоса;  
 б) позиционирование бренда;  
 в) техника речи;  
 г) ни один из перечисленных вариантов.

11. Соотнесите пост и пример:

1.	«Сегодня я ходила в новую кофейню на углу улице, которая называлась «По чашечке». Сервис там просто высший класс, а какой раф!»	а	Вовлекающий пост
2.	«Туалетная вода «Запах весны» – это путешествие в любимое время года. Сегодня вы можете отправиться в это путешествие всего за 9999 рублей.»	б	Пост-история
3.	«Иногда очень хочется настоящей итальянской пиццы, как в центре Рима. Для этого не нужно покупать билеты за границу, достаточно купить муку. Для хорошей пиццы нам понадобится:...»	в	Продающий пост
4.	«Мы в офисе решили узнать статистику: сколько людей любит маслины. Предлагаем поучаствовать в опросе и вам!»	г	Обучающий пост

12. Что нужно проверить перед публикацией? (отметьте все варианты)

- а) изображение;
- б) эмодзи;
- в) геолокацию;
- г) аккаунт;
- д) форматирование;
- е) шрифт.

13. Правила оформления хештегов? (отметьте все варианты)

- а) релевантность;
- б) чем больше – тем лучше;
- в) нужно писать все варианты слов – даже с ошибками;
- г) ставить знаки препинания;
- д) придумывать свои хештеги;
- е) соединять слова.

14. Напишите универсальную структуру любого текста:

—  
—  
—

15. Выберите заголовки, подходящие для статьи-инструкции:

- а) «Как сварить кофе»;
- б) «10 кофеен для уютного вечера»;

- в) «Правила жизни Стива Джобса»;
- г) «Готовим матчу дома: 10 правил».

16. Ререйтинг – это...

- а) очень плохо! Уважающие себя копирайтеры этим не занимаются;
- б) необходимость, которую невозможно избежать;
- в) 99% работы копирайтера;
- г) все перечисленное.

17. SEO-копирайтинг – это...

- а) написание коммерческих текстов;
- б) написание текстов с синонимичным рядом;
- в) написание оптимизированных для поисковых систем текстов;
- г) написание текстов на заказ на биржах труда.

18. Качества хорошего SEO-текста? (выделить все варианты)

- а) большой объем;
- б) уникальный;
- в) стилизованный;
- г) грамотный;
- д) вовлекающий;
- е) красивый.

19. LSI-тексты – это...

- а) то же самое, что и SEO;
- б) простые тексты;
- в) тексты в социальных сетях;
- г) тексты, отвечающие на запрос.

20. Ключи для LSI текстов бывают: (выделить все варианты)

- а) синонимичными;
- б) архаичными;
- в) позитивными;
- г) сопутствующими;
- д) триггерными.

21. Что такое UGC?

- а) фирма, которая производит угги;
- б) пользовательский контент;
- в) инструмент продвижения в Instagram;
- г) схема рассылки в email-маркетинге.

22. В чем особенность перевернутой пирамиды?



23. На первом экране лендинга обязательно должен быть...

- а) адрес компании;
- б) телефон ответственного лица;
- в) заголовок;
- г) форма захвата.

24. Бриф заполняет:

- а) секретарь; б)
- копирайтер; в)
- корректор; г)
- директор.

25. Формула ПОД-ПОП расшифровывается:

- а) приветствие, общение, доказательство, предложение, ограничение, призыв;
- б) приветствие, обещание, доказательство, проблема, ограничение, призыв;
- в) проблема, обещание, доказательство, предложение, ограничение, призыв;
- г) проблема, обещание, дедлайн, предложение, ограничение, призыв.