Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса Мастерская продающего текста

Код курса: **МАСТЕК**

Тема	Ак. часов
Модуль 1. Специфика продающего текста • Какой текст мы считаем продающим? • Место и функции продающего текста в воронке продаж • Три составляющие высокой конверсии **В практическую работу и домашнее задание включены:** • анализ кейсов по теме; • составления портрета читателя (ЦА).	**2**
Модуль 2. Правила создания и анализа продающего текста • Методика создания гипотезы текста • Формулы продающих текстов (AIDA, PMPHS и др.) • Критерии сильного заголовка (модель 4U) • Законы визуального восприятия (шрифт, кегль, пространство, структурирование и форматирование текста) • Приемы редактирования (избавление от воды, штампов, канцеляризмов...) • Основы эмоциональной выразительности текста **В практическую работу и домашнее задание включены:** • анализ кейсов по теме; • создание эскиза текста; • отработка навыков форматирования и редактуры.	**9**
Модуль 3. Коммерческие предложения и письма • Что такое коммерческое предложение • Правила составления коммерческих предложений на примере переписки по электронной почте, личных сообщений в соц. сетях, мессенджерах (Telegram, WhatsApp), электронной рассылки **В практическую работу и домашнее задание включены:** • Анализ кейсов по теме; • Создание продающего текста по своей теме или техническому заданию преподавателя.	**3**
Модуль 4. Продающие тексты в Интернете • Виды интернет-текстов и их место в глобальной воронке продаж • Особенности текстов для поискового продвижения • Структура и наполнение контекстной рекламы, сниппета, лендинга, карточки товара, продающие тексты для крупных интернет-площадок (Яндекс.Дзен, vc.ru и т.д.) **В практическую работу и домашнее задание включены:** • Анализ кейсов по теме; • Создание интернет-текста по своей теме или по техническому заданию преподавателя (для публикации на Яндекс.Дзен или другой площадке).	**3**

Модуль 5. Продающие тексты в социальных сетях • Особенности, виды текстов и воронка продаж в социальных сетях, инструментарий вовлечения • Продающие, обучающие и развлекательные посты, нативная реклама • Что такое сторителлинг, как истории продают (обзорно) **В практическую работу и домашнее задание включены:** • Анализ страниц в Instagram, Facebook, ВКонтакте • Создание и публикация своей продающей истории	**3**
Модуль 6. Короткие жанры: названия, слоганы, баннеры • Правила и приемы придумывания названий, слоганов • Методика разработки текста для баннера **В практическую работу включены:** • Анализ кейсов по теме	**1**
Модуль 7. Новости, пресс-релизы • Включение продающих элементов в новости и пресс-релизы • Новостная модель: «перевернутая пирамида» **В практическую работу включены:** • Анализ кейсов по теме • Создание новостной заметки	**3**
Модуль 8. Дополнительный материал Копирайтинг с помощью систем искусственного интеллекта	
Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем	**24 ак.ч. + 24 ак.ч. самостоятельно**

По окончании обучения на курсе проводится итоговая аттестация. Аттестация проводится в виде теста на последнем занятии или на основании оценок практических работ, выполняемых во время обучения на курсе.

Контакты центра

Для частных лиц
+7 (495) 232-32-16

Для организаций
+7 (495) 780-48-44

E-mail
info@specialist.ru