

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