

Эффективный копирайтинг: практическая сессия

В современных условиях развития digital-коммуникаций профессиональный копирайтинг становится ключевым навыком для успешного ведения бизнеса. Умение создавать эффективные тексты, конвертирующие аудиторию в клиентов, является критически важным для маркетологов, предпринимателей и специалистов по контенту.

Дата проведения: 15 - 17 марта 2027 с 10:00 до 17:30

Артикул: СП15309

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Онлайн-трансляция

Срок обучения: 3 дня

Продолжительность обучения: 24 часа

Стоимость участия: 49 500 руб.

Для участников предусмотрено: Методический материал.

Документ по окончании обучения: По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 24 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

Для кого предназначен

Маркетологов и специалистов по рекламе, PR-менеджеров, руководителей маркетинговых отделов, Digital-специалистов; предприниматели, заинтересованных в цифровизации бизнеса; специалистов по контент-маркетингу.

Особенности программы

Программа построена на практическом подходе к освоению копирайтинга с акцентом на:

- Формирование фундаментальных знаний.
- Анализ реальных кейсов и ошибок.
- Практическую отработку навыков.
- Адаптацию под специфику регионального рынка.

В условиях растущей конкуренции на рынке **профессиональный копирайтинг** становится не просто преимуществом, а необходимостью для успешного развития бизнеса. Данный курс предоставляет участникам возможность освоить современные методики создания эффективных текстов и применить их на практике.

Участники получат комплексные знания и навыки:

- Основы создания эффективных продающих текстов.
- Методы работы с целевой аудиторией.
- Техники разработки уникального торгового предложения.
- Инструменты оценки и тестирования контента.
- Принципы формирования Tone of Voice.

Результат обучения

По завершении курса участники смогут:

- Создавать конверсионные тексты различных форматов.
- Избегать типичных ошибок в копирайтинге.
- Адаптировать ключевые сообщения под разные каналы коммуникации.
- Формировать единую контент-базу.
- Разрабатывать эффективные стратегии контент-маркетинга.

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Мероприятие проходит в рамках курса повышения квалификации:

- **Контент и искусственный интеллект: автоматизация создания продающих текстов**

Программа обучения

День 1

КОПИРАЙТИНГ. ФУНДАМЕНТ

- Основы копирайтинга: цель, аудитория, УТП.
- Типичные ошибки: кейсы.
- Практическая сессия: разбор ошибок на материале текстов различных организаций.

Фокус: Пишем так, чтобы конвертировалось в условиях конкуренции региональных рынка.

День 2

КОПИРАЙТИНГ. ИНСТРУМЕНТАРИЙ

- Как работать с ключевыми сообщениями в копирайтинге.
- Оценка и тестирование текстов.
- Практическая сессия: создание эффективных продающих текстов.

Фокус: Адаптация ключевых сообщений под разные форматы.

День 3

КОПИРАЙТИНГ. ОПТИМИЗАЦИЯ

- Особенность ToV.
- Практическая сессия: создание эффективных продающих текстов. Объединение в базу.

Фокус: Пишем тексты, чтобы наработать базу. Разбираемся с ToV.

Преподаватели

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

Профессор кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ, д. фил. н.

Эксперт программ повышения квалификации в рамках корпоративного обучения сотрудников ПАО «Газпром» в области управления контентом в медиасреде.

Дипломант Национальной премии в области общественных связей «Серебряный лучник», победитель Международного конкурса признания достижений в области рекламы и пиар «Золотой соболь».

Эксперт по социальной рекламе Администрации г. Омска и Правительства Омской области.

Специализация: культурологические аспекты рекламы, теория и практика рекламы, текст в коммуникативистике, антикризисные коммуникации.

Читаемые курсы:-

- Антикризисные связи с общественностью.

- Копирайтинг и спичрайтинг.
- Теория и практика связей с общественностью.
- Анализ текстов массовых коммуникаций.
- Брендинг.