

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЦЕНТР РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Департаменту по роботі з персоналом та
підготовці науково-педагогічних кадрів СумДУ
Дмитро ЦИГАНЮК

«13» січня 2021 року

ПРОГРАМА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ
педагогічних, науково-педагогічних та інших категорій працівників

Промоція освітніх послуг, або навіщо викладачу копірайтинг

| 1.1 Загальна інформація | |
|--|---|
| Повна назва структурного підрозділу | Центр розвитку кадрового потенціалу навчального закладу |
| Вид підвищення кваліфікації | Навчання за програмою підвищення кваліфікації |
| Обсяг програми год./кредитів ЄКТС | 2 кредити ЄКТС |
| Форма(ми) підвищення кваліфікації | Дистанційна |
| Місце виконання програми підвищення кваліфікації | Сумський державний університет |
| Кількість осіб у групі: | - мінімальна 20 |
| | - максимальна 150 |
| Мова(и) викладання | Українська |
| Тип документу про підвищення кваліфікації | Свідоцтво про підвищення кваліфікації |
| Інтернет-адреса постійного розміщення опису програми підвищення кваліфікації | http://crkp.sumdu.edu.ua/uk/ |
| 1.2 Мета програми підвищення кваліфікації | |
| Формування знань та навичок щодо просування освітніх послуг шляхом створення якісного контенту для web-сторінок, месенджерів та соціальних мереж | |
| 1.3 Характеристика програми підвищення кваліфікації | |
| Зміст програми | <p>1. Базові основи копірайтингу: коли треба починати використовувати?</p> <p>1.1 Копірайтинг – сутність, основні завдання та принципи роботи.</p> <p>1.2 Цільові напрямки роботи копірайтера та його відмінності від рерайту та постингу.</p> <p>1.3 На чому побудована робота копірайтера. Фінансові аспекти роботи: самому чи замовляти у когось.</p> <p>2. Підготовчі роботи – перший крок до стабільного потоку підписників.</p> <p>2.1 Шукаємо потенційних споживачів для свого контенту.</p> <p>2.2 Вибір каналів просування освітянських послуг: яку інформацію і де треба розміщувати.</p> <p>2.3 Листування через e-mail: структура та його періодичність.</p> <p>2.4 Як потрапляють в топ Google, Facebook, Instagram.</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>3. Попрацюємо? Поетапна робота по створенню періодичного контенту.</p> <p>3.1 На якому етапі потрібен контент-план, і як з нього отримати максимум. Розбираємо на прикладі.</p> <p>3.2 Написання тексту – на що звертаємо увагу.</p> <p>3.3 Конструювання заголовку, або як назва може збільшити кількість переглядів.</p> <p>3.4 Візуальне оформлення текстового контенту.</p> <p>4. Помилки треба виправити.</p> <p>4.1 Використання лінгвістичних конструкцій, які допомагають збільшувати продажі.</p> <p>4.2 Вичитування готової роботи: граматичні та синтаксичні підводні камені.</p> <p>4.3 «Унікальність», «тошнотність», «заспамленість» та «вода» тексту. Топ-5 основних помилок, які просто ненавидять читачі</p> |
| Розподіл годин за видами діяльності | Аудиторна робота: 16 год. Самостійна робота: 44 год. |
| Оцінювання та атестація | Залік (зараховано / не зараховано) |
| 1.4 Програмні результати навчання (РН) | |
| <ul style="list-style-type: none"> - розуміти базові завдання та принципи копірайтингу для просування освітянських послуг; - уміти створювати інформаційний контент, який допомагає популяризувати спеціальність в соціальних мережах; - володіти сучасними технологіями щодо підготовки та розміщення текстового контенту на веб-сторінках кафедр, інститутів чи інших структурних підрозділів Університету; - використовувати сучасні доробки формування візуального та текстового контенту для промоції освітянських послуг через найпопулярніші месенджери; - уміти застосовувати набуті знання по створенню, запуску та корегуванню контент-плану в межах просування освітянських послуг | |
| 1.5 Ресурсне забезпечення реалізації програми | |
| Кадрове забезпечення | Мінченко Марія Геннадіївна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу СумДУ |
| Матеріально-технічне забезпечення | Персональний комп'ютер, підключений до мережі Інтернет |
| Інформаційне та навчально-методичне забезпечення | Презентаційні матеріали за темами програми |

Викладач, к.е.н., доцент кафедри маркетингу



Марія МІНЧЕНКО

Заступник начальника Центру розвитку кадрового потенціалу навчального закладу



Віта ГОРДІЄНКО