АНО «Развитие человеческого капитала»
Обособленное подразделение «Техноград»

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Генерального директора
АНО «Развитие человеческого капитала»
№ ОД-85/26 от «23» января 2026 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

Наименование программы

«Лендинг. Создание эффективных посадочных страниц. Практические кейсы»

Категория слушателей: начинающие копирайтеры, контент-стратеги, UX-писатели, motion-дизайнеры, редакторы, веб-дизайнеры, специалисты по инфографике, веб-аналитики, специалисты A/B-тестирования, графические дизайнеры, frontend-разработчики, контент-менеджеры, SMM-специалисты, специалисты по автоматизации маркетинга, e-mail-маркетологи, специалисты по чат-ботам и интерактивных элементам, проджект-менеджеры (по созданию лендингов), бренд-дизайнеры, специалисты по конверсионной оптимизации, SEO-копирайтеры, директора компаний, контент-маркетологи, специалисты по партнерскому маркетингу, продуктовые дизайнеры, digital-маркетологи, специалисты по маркетинговым технологиям, видеопродакшн-специалисты, лица старше 18 лет, заинтересованные в получении новых компетенций, студенты вузов и учреждений СПО, обучающиеся по специальностям «Коммерция (по отраслям)», «Менеджмент», «Бизнес-информатика»

Объем: 16 часов

Форма обучения: очная с применением дистанционных технологий

Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы: сертификат о прохождении курса

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Наименование компонентов программы	Обязательные аудиторные учебные занятия (ч.)		Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа (ч.)	Всего учебной нагрузки (ч.)
	всего	в т.ч. практических и семинарских занятий		
Тема 1. Фундамент лендинга, сбор фактуры.	**2**	2	2	**4**
Тема 2. Структура и логика лендинга.	**2**	2	2	**4**
Тема 3. Тексты, визуал, аналитика.	**2**	2	2	**4**
Тема 4. Основные принципы построения сайта на конструкторе Tilda.	**2**	2	2	**4**
ИТОГО:	**8**	**8**	**8**	**16**

Календарный учебный график

Период обучения (недели/дни)	Наименование модуля
1 день	**Тема 1.** Фундамент лендинга, сбор фактуры.
2 день	**Тема 2.** Структура и логика лендинга.
3 день	**Тема 3.** Тексты, визуал, аналитика.
4 день	**Тема 4.** Основные принципы построения сайта на конструкторе Tilda.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ, РАЗДЕЛАМ (МОДУЛЯМ)

Наименование тем, разделов (разделов)	Содержание тем, разделов (модулей)
Тема 1. Фундамент лендинга, сбор фактуры.	Отличие лендинга от сайта (основная задача, структура, использование), алгоритм поиска, пример встраивания посадочной страницы в тело сайта, место лендинга в «воронке продаж» (трафик-лендинг-заявка-продажа), контекстная реклама (соцсети, конференции, личные встречи, обзвон), разбор частных примеров, механизм сбора фактуры (услуга, ЦА, контент, рассылка, потребности), матрица продуктов/услуг, источники для составления фактуры (собственник бизнеса, клиенты, отделы маркетинга, продаж), сведения о продукте (отзывы, кейсы, преимущества, особенности сервиса, факты о бизнесе), разделение на сегменты ЦА, приоритеты при выборе, решаемые задачи, ожидаемые результаты, переход на лендинг, типы запросов, оптимальный CTA. **Практическое задание № 1. Составить фактуру с учетом следующих критериев для лендинга: цель создания, вид продукта/услуги, источники поступления трафика.** **Самостоятельная работа № 1. Изучение 2 из 8 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).**
Тема 2. Структура и логика лендинга.	Оффер (первый экран), проблема клиента (ситуационные моменты), решение/продукт (подходы к преодолению проблемы), преимущества/отличие (предпочтительный выбор), социальное доказательство (кейсы, отзывы, цифры, клиенты), ответы на возражения, SEO-текст, CTA, анализ конкурентов, рассмотрение кейсов по заказу кухонь, 1С, интеграции для бизнеса (видеосъемка, текстиль, услуги экспертов, GI Smart, HR), практические примеры (GitWise, HuntWork), конструирование на Tilda, рекомендации по подбору материалов для лендинга. **Практическое задание № 2. Сделать анализ конкурентов в сфере выбранного направления деятельности и подготовить структуру лендинга.** **Самостоятельная работа № 2. Изучение 2 из 8 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).**

Тема 3. Тексты, визуал, аналитика.	Критерии текста/дизайна (преимущества, совмещение с дизайном, базовые и типичные ошибки), чек-лист хорошего визуала (понимание продукта, выделение главных деталей, читаемый текст, отсутствие перегрузки страницы анимациями и картинками), недочеты по текстам (абстрактные формулировки, канцелярит, самоинтервьюирование), инфостиль, «продающий заголовок», оффер, DIY-проекты, просмотр лендинга пользователем (первый экран, цепляющая информация), инструменты Яндекс.Метрики (карты кликов, скроллинга, ссылок, Вебвизор, аналитика форм), генератор UTM-меток, ChatGPT (загрузка правильной структуры, материалов, получение черновика для работы). **Практическое задание № 3. Подготовить текстовые и визуальные материалы для заполнения контентом лендинга по выбранной бизнес-тематике.** **Самостоятельная работа № 3. Изучение 2 из 8 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).**
Тема 4. Основные принципы построения сайта на конструкторе Tilda.	Конструирование блоков лендинга на Tilda (название, главная страница, универсальные шаблоны, изменение и добавление контента, перенос разделов, подбор иконок, описание товаров/услуг, замена блоков), Freepik, библиотека блоков, галерея, метки на карте, выбор кнопки (CTA) с перенаправлением в один из разделов, попап (поля для ввода информации), Zero Block, каталог, настройка платежных систем и данных сайта, SEO-рекомендации по оптимизации сайта, блок «Ещё», favicon, отображение в сетях и мессенджерах, поисковая выдача, аналитика, статистика, UTM-метка, метрика. **Практическое задание № 4. Сконструировать одностраничный сайт с помощью инструментов Tilda с учетом специфики собственной коммерческой деятельности.** **Самостоятельная работа № 4. Изучение 2 из 8 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).**