



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Факультет бизнес-коммуникаций и информатики

Кафедра рекламы и связей с общественностью

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине Б1.О.25 Копирайтинг

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью

Одобрено
УМК факультета бизнес-коммуникаций
и информатики

Разработан в соответствии с ФГОС ВО

с учетом требований проф. стандарта

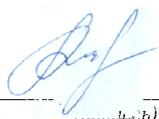
Председатель УМК

М.Г. Синчурина

ФИО, должность, ученая степень, звание

подпись, печать

Разработчики:



(подпись)

(занимаемая должность)

Л.В. Леоненко

(инициалы, фамилия)

Цель фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Б1.О.25 Копирайтинг». Перечень видов оценочных средств соответствует рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля (в следующих формах: практическое задание, устный опрос, конспект лекций) и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к зачету с оценкой и экзамену.

Структура и содержание заданий – задания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Б1.О.25 Копирайтинг».

1. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ОПК-1.2	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций

№ п/п	Раздел, тема	Код индикатора компетенции	Наименовани е ОС	
			ТК	ПА
1	Введение в копирайтинг. Понятие и виды. Проблемы продвижения. Бриф. Функции, виды, структура брифов. вопросов для разработки коммуникации. Базовые принципы создания рекламы. Работа на результат. Технология SMART. Закон о рекламе 38-ФЗ	ОПК-1.2	Пз, УО	Пз
2	Малые формы в копирайтинге. Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания имени бренда. Техники образования имен. Лингвистический и маркетинговый фильтр. Регистрация названий. Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана. Виды слоганов. Способы придания слогану художественной ценности.	ОПК-1.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2	Пз, КЛ, УО	Нет!
3	Сторителлинг. Цели и задачи. Сферы использования. Ключевые параметры увлекательной истории. Основные типы историй.	ОПК-1.1, ОПК-1.2	Пз, УО	Нет!
4	Общие правила создания текстов. Классификации основного рекламного текста. Структура основного текста. Рекомендации по оформлению текстов. Особенности печатных текстов. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах. Структура новости, статьи, пресс-релиза. Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка.	ОПК-1.1, ОПК-1.2	Пз, КЛ	Нет!
5	Специфика текстов для различных каналов коммуникации: радио, подкасты, ТВ, YouTube и блогеры, наружная реклама, полиграфическая реклама, деловой копирайтинг.	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2	Пз	Нет!
6	Особенности создания PR-текстов. Пресс-релиз, статья, интервью. Использование Википедии. Поздравления и подарки. Спичрайтинг. Сценарии мероприятий.	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.2	Пз	Нет!
7	Копирайтинг в интернете. Понятие продающих текстов. Структура продающего текста. Основные модели. Отрицательная и положительная мотивация. Структура email-письма. Специфика текстов для корпоративных сайтов, лендингов, социальных сетей. SEO-копирайтинг, задачи. Параметры текста, влияющие на ранжирование страницы.	ОПК-1.1, ОПК-1.2	Пз	Нет!

№ п/п	Раздел, тема	Код индикатора компетенции	Наименование ОС	
			ТК	ПА
8	Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях. Мотивационное письмо. Примерная структура. Подготовка к собеседованию у работодателя.	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1	Пз, УО	Нет!

2.2. Критерии оценивания результатов обучения для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Практическое задание	Задание выполнено верно. Выбран оптимальный путь решения. Присутствует развернутое описание алгоритма решения	Отлично
	Задание выполнено верно. Допущены негрубые логические ошибки при описании алгоритма решения. Отсутствуют пояснения к решению задания	Хорошо
	Ход решения задания верный, но допущены ошибки приведшие к неправильному ответу	Удовлетворительно
	В работе получен неверный ответ, связанный с грубыми ошибками допущенными в ходе решения, либо решение отсутствует полностью	Неудовлетворительно
Устный опрос	1. Знает понятия основных разделов программы изучаемого курса; 2. Приобрел необходимые умения и навыки, освоил вопросы практического применения полученных знаний, не допустил фактических ошибок при ответе; 3. Достаточно последовательно и логично излагает теоретический материал, допуская лишь незначительные нарушения последовательности изложения и некоторые неточности; 4. Показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их	Зачтено
	1. Фрагментарные знания базовых понятий; 2. Слабо выражена способность к самостоятельному аналитическому мышлению, имеются затруднения в изложении материала, отсутствуют необходимые умения и навыки; 3. Допущены грубые ошибки и незнание терминологии, отказ отвечать на дополнительные вопросы, знание которых необходимо для получения положительной оценки; 4. Ответ содержит существенные пробелы в знаниях основного содержания темы	Незачтено

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Конспект лекций	Все темы, предложенные для конспектирования были проработаны обучающимся, прочитан материал источников, выбрано главное и второстепенное, установлена логическая связь между элементами темы, выделены ключевые слова и понятия, конспект написан лаконично с применением системы условных сокращений	Отлично
	Все темы, предложенные для конспектирования были проработаны обучающимся, прочитан материал источников, выбрано главное и второстепенное, установлена логическая связь между элементами темы, выделены ключевые слова и понятия, конспект написан лаконично с применением системы условных сокращений	Хорошо
	Текст конспекта оформлен аккуратно, обучающимся выбрано главное и второстепенное, выделены ключевые слова и понятия	Удовлетворительно
	Текст конспекта не соответствует теме или не отражает ключевых положений изучаемой темы	Неудовлетворительно

2.3. Оценочные средства для текущего контроля (примеры)

2.3.1. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

Общие критерии оценивания

Процент правильных ответов	Оценка
91% – 100%	5 (отлично)
81% – 90%	4 (хорошо)
71% – 80%	3 (удовлетворительно)
Менее 70%	2 (неудовлетворительно)

Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
-------------------	----------------------------

Ключ ответов

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
-------------------	--

Перечень тестовых вопросов

2.3.2. Вопросы для коллоквиумов, собеседования для оценки компетенции «ОПК-1.1»

№ 1. Понятие и виды копирайтинга. Проблемы продвижения.

№ 2. Технология постановки целей SMART.

№ 3. Сферы использования сторителлинга.

2.3.3. Вопросы для коллоквиумов, собеседования для оценки компетенции «ОПК-1.2»

№ 4. Понятие и виды копирайтинга. Проблемы продвижения.

№ 5. Технология постановки целей SMART.

№ 6. Регистрация названий.

№ 7. Подготовить устную самопрезентацию.

2.3.4. Вопросы для коллоквиумов, собеседования для оценки компетенции «ОПК-3.1»

№ 8. Сферы использования сторителлинга.

№ 9. Подготовить устную самопрезентацию.

2.3.5. Вопросы для коллоквиумов, собеседования для оценки компетенции «ОПК-3.2»

№ 10. Подготовить устную самопрезентацию.

2.3.6. Конспекты лекций для оценки компетенции «ОПК-1.1»

№ 11. Техники образования имен.

№ 12. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах.

2.3.7. Конспекты лекций для оценки компетенции «ОПК-1.2»

№ 13. Техники образования имен.

№ 14. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах.

2.3.8. Конспекты лекций для оценки компетенции «ОПК-3.1»

№ 15. Изучение российского и зарубежного опыта создания текстов и заголовков.

2.3.9. Конспекты лекций для оценки компетенции «ОПК-3.2»

№ 16. Изучение российского и зарубежного опыта создания текстов и заголовков.

2.3.10. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-1.1»

№ 17. Изучить подкасты, их особенности, сферы применения.

№ 18. Особенности текстов блогеров в зависимости от специализации.

№ 19. Изучить специфику создания статей для Википедии как инструмент продвижения.

№ 20. Анализ постов в социальных сетях. Создание постов на заданные темы.

2.3.11. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-1.2»

№ 21. Изучить подкасты, их особенности, сферы применения.

№ 22. Особенности текстов блогеров в зависимости от специализации.

№ 23. Изучить специфику создания статей для Википедии как инструмент продвижения.

№ 24. Анализ постов в социальных сетях. Создание постов на заданные темы.

2.3.12. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-3.1»

№ 25. Изучить специфику создания статей для Википедии как инструмент продвижения.

2.3.13. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-3.2»

№ 26. Анализ постов в социальных сетях. Создание постов на заданные темы.

3. Промежуточная аттестация

3.1. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности

Экзамен является заключительным этапом процесса формирования компетенций обучающегося при изучении дисциплины и имеет целью проверку и оценку знаний обучающегося по теории, и применению полученных знаний, умений и навыков при решении практических задач.

Экзамен проводится по расписанию, сформированному учебно-методическим управлением, в сроки, предусмотренные календарным учебным графиком. Экзамен принимается преподавателем, ведущим лекционные занятия.

Экзамен проводится только при предъявлении обучающимся зачетной книжки и при условии выполнения всех контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины. Обучающимся на экзамене представляется право выбрать один из билетов. Время подготовки к ответу составляет 30 минут. По истечении установленного времени обучающийся должен ответить на вопросы экзаменационного билета. Результаты экзамена оцениваются по четырехбалльной системе и заносятся в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдаётся не позднее следующего дня в деканат.

В случае неявки обучающегося на экзамен в зачетно-экзаменационную ведомость делается отметка «не явка». Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по дисциплине, должны ликвидировать академическую задолженность в установленном локальными нормативными актами порядке.

3.2. Вопросы к зачету с оценкой

№	Вопрос	Код компетенции
1.	Понятие и виды копирайтинга.	ОПК-1.1
2.	Функции и структура брифа.	ОПК-1.2
3.	Закон о рекламе 38-ФЗ	ОПК-1.2
4.	Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания названия.	ОПК-1.2, ОПК-3.1
5.	Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана. Способы придания слогану художественной ценности.	ОПК-1.2, ОПК-3.2
6.	Сторителлинг. Цели и задачи. Сферы использования.	ОПК-1.2, ОПК-3.2
7.	Ключевые параметры увлекательной истории. Основные типы историй.	ОПК-1.2, ОПК-3.2
8.	Общие правила создания текстов. Общие требования к оформлению текстов.	ОПК-1.2
9.	Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
10.	Структура новости, статьи, пресс-релиза.	ОПК-1.1, ОПК-1.2

№	Вопрос	Код компетенции
11.	Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка	ОПК-1.1, ОПК-1.2

3.3. Вопросы к экзамену

№	Вопрос	Код компетенции
1.	Специфика текстов для радио, ТВ, видео, подкастов	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.2
2.	Специфика текстов для прессы и полиграфической продукции.	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.2
3.	Особенности делового копирайтинга	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1
4.	Особенности создания PR-текстов. Пресс-релиз, статья, интервью	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1
5.	Спичрайтинг. Особенности текстов для устных выступлений.	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1
6.	Копирайтинг в интернете. Понятие и структура продающего текста. Структура email-письма.	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1
7.	Специфика текстов для корпоративных сайтов, лендингов, социальных сетей. SEO-копирайтинг. Параметры текста, влияющие на ранжирование страницы	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1
8.	Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях.	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1
9.	Мотивационное письмо. Примерная структура.	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1

3.4. Тематика курсовых работ

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

3.5. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

Общие критерии оценивания

Процент правильных ответов	Оценка
91% – 100%	5 (отлично)
81% – 90%	4 (хорошо)
71% – 80%	3 (удовлетворительно)
Менее 70%	2 (неудовлетворительно)

Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
-------------------	----------------------------

Ключ ответов

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
-------------------	--

Перечень тестовых вопросов

3.6. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-1.2»

№ 1. Закон о рекламе 38-ФЗ. Анализ примеров нарушения закона о рекламе.