


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»

УТВЕРЖДЕН  
на заседании НИЛ политических коммуникаций,  
медиа технологий и связей с общественностью  
« 01 » марта 2023 г., протокол №1  
Зав. лабораторией  Е.В. Матвеева  
(подпись)

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **Б1.О.11 Копирайтинг и редактирование текстов интернет-изданий**

для студентов по направлению подготовки магистратуры

42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль Медиатеchnологии в  
современной коммуникативной индустрии

Разработчик: Ижмулкина Е.А.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ .....	3
1.1 Перечень компетенций .....	3
1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования .....	4
1.3 Описание шкал оценивания .....	5
1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий .....	5
2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ.....	7
2.1 Промежуточная аттестация .....	7
2.2 Типовой вариант экзаменационного тестирования .....	8
2.3 Типовой экзаменационный билет .....	11
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ.....	12

# **1. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

## **1.1 Перечень компетенций**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;
- ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

## 1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть» (З1, У1, В1, З2, У2, В2, З3, У3, В3), расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение изучения дисциплины по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

Таблица 1 – Соответствие этапов (уровней) освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

<b>ОПК-1</b>	<b>Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</b>		
<b>Этап (уровень) освоения компетенции</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
<i>Третий этап</i> (завершение формирования)  <i>Владеет навыками структурирования, редактирования и создания контента (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т. ч. на иностранном языке</i>	Понимает отличия в процедуре работы с контентом. Способен применять основные навыки работы при структурировании, редактировании и создании контента бренда на русском языке.	Обладает устойчивыми способностями работы с источниками и документами, в т. ч. на иностранном языке. Применяет по возможности разные формы структурирования, редактирования и создания контента бренда.	В зависимости от конкретной цели и задач осуществляет подбор необходимых видов документов и форм работы с ними. Видит различия и использует это в своей профессиональной деятельности в выставлении акцентов на создаваемый контент (текстовой, фото, видео, аудио) бренда.
<b>ОПК-5</b>	<b>Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b>		
<b>Этап (уровень) освоения компетенции</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
<i>Второй этап</i> (продолжение формирования)  <i>Создает медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</i>	Применяет общие знания о способах создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов. Проводит незначительные различия между правовыми и этическими нормами регулирования медиакоммуникаций.	Способен выполнять основные действия по созданию и работе с медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационными продуктами в профессиональной деятельности. Способен проводить различия между правовыми и этическими нормами регулирования медиакоммуникаций.	Способен самостоятельно создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты в профессиональной деятельности. Способен проводить комплексный анализ актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

Этапы формирования компетенций реализуются в ходе освоения дисциплины, что отражается в тематическом плане дисциплины.

### 1.3 Описание шкал оценивания

#### Критерии оценивания тестовых работ

Оценка за контроль ключевых компетенций учащихся производится по пятибалльной системе. При выполнении заданий ставится отметка: «3» - за 50-70% правильно выполненных заданий, «4» - за 70-85% правильно выполненных заданий, «5» - за правильное выполнение более 85% заданий.

Таблица 2 – Критерии оценки письменных работ (реферат)

<b>Оценка</b>	<b>Знания, умения, владения и другие компетенции, которые должен продемонстрировать студент</b>
Отлично (5)	Письменная работа соответствует всем требованиям, предъявляемым к рефератам. Тема письменной работы полностью раскрыта, четко выражена авторская позиция, имеются логичные и обоснованные выводы, работа оформлена на высоком уровне. В работе использованы практические кейсы по выбранной теме, содержится анализ российского и зарубежного опыта, проведен обзор научной литературы. Автор свободно ориентируется в материале, оперирует научной терминологией по рассматриваемой проблеме, может аргументировано отстаивать свою точку зрения и ответить на возникающие вопросы.
Хорошо (4)	Тема письменной работы в целом раскрыта, прослеживается авторская позиция, сформулированы необходимые выводы; использованы соответствующая основная и дополнительная литература, а также нормативные правовые акты и другие источники. Автор уверенно ориентируется в материале. Имеются замечания /неточности в части изложения и отдельные недостатки по оформлению работы.
Удовлетворительно (3)	Тема письменной работы раскрыта недостаточно полно, использовались только основные источники; имеются ссылки на литературные источники и нормативные правовые акты, однако не выражена авторская позиция; выводы не обоснованы; материал изложен непоследовательно, без соответствующей аргументации и необходимого анализа. Имеются недостатки в оформлении.
Неудовлетворительно (2)	Тема письменной работы не раскрыта; материал изложен без собственной оценки и выводов; отсутствуют ссылки на литературные источники и другие источники. Имеются недостатки в оформлении работы. Автор плохо ориентируется в представленном материале. Содержание работы заимствовано из какого-либо источника.

#### 1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине осуществляется по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Свой фактический рейтинг студент может отслеживать в системе электронного обучения Кузбасская ГСХА (журнал оценок) <http://moodle.ksai.ru>. При возникновении спорной ситуации, оценка округляется в пользу студента (округление до десятых).

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины (или её части). Форма промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом.

Организация и проведение промежуточной аттестации регламентируется внутренними локальными актами.

### **Классическая форма сдачи экзамена (собеседование)**

Экзамен проводится в учебных аудиториях академии. Студент случайным образом выбирает билет. Для подготовки к ответу студенту отводится 30 минут. Экзаменатор может задавать студентам дополнительные вопросы сверх билета по программе дисциплины.

Во время подготовки, использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Студент, уличенный в списывании, удаляется из аудитории и в зачетно-экзаменационную ведомость ставится «неудовлетворительно». В случае добровольного отказа отвечать на вопросы билета, преподаватель ставит в ведомости оценку «неудовлетворительно».

Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках, выданных преподавателем.

### **Экзаменационное тестирование**

Экзаменационное тестирование проводится в день экзамена в формате компьютерного тестирования в системе электронного обучения <http://moodle.ksai.ru>.

Для проведения тестирования выделяется аудитория, оснащенная компьютерами с доступом в сеть интернет. В ходе выполнения теста использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Результаты студента, нарушившего правила проведения экзаменационного тестирования, аннулируются. Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках, выданных преподавателем, при проверке черновые записи не рассматриваются.

Проверка теста выполняется автоматически, результат сообщается студенту сразу после окончания тестирования.

Итоговый тест состоит из 30 вопросов, скомпонованных случайным образом. Время тестирования 40 минут.

Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## **2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ**

### **2.1 Промежуточная аттестация**

Вопросы к экзамену:

1. Роль и место копирайтинга в рекламных коммуникациях.
2. Междисциплинарный характер копирайтинга. Взаимодействие копирайтеров и арт-директоров в рамках креативного отдела рекламного агентства.
3. Мировой и отечественный опыт копирайтинга. Тенденции развития профессии.
4. Знания, навыки, умения в структуре личности копирайтера. Основные профессиональные требования к копирайтеру.
5. Профессиональные качества специалиста-копирайтера.
6. Понятие «креативной личности». Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре).
7. Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I»
8. Сущность рекламного творчества.
9. Цели и задачи креативной деятельности. Критерии креативности. Барьеры креативности.
10. Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей.
11. Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна и др.
12. Понятие «рекламный текст». Основные элементы рекламного текста.
13. Логотип и слоган. Заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ). Заключительная фраза (кода).
14. Виды заголовков (информативные, побудительные, вопросительные). Структура ОРТ.
15. Аргументация и иллюстрация в ОРТ. Принцип строения коды и эхо-фраза.
16. Взаимосвязь вербальных и визуальных элементов рекламного текста. Классификация рекламных текстов.
17. Сущность понятия «нейминг». Направления нейминга и типология названий.
18. Основные этапы разработки названия для компании, товара, услуги. Методы разработки.

19. Рекламный слоган: суть и типология.
20. Афористичность и философичность как важные признаки «хорошего» слогана.
21. Художественные приемы создания слоганов.
22. Структура брифа. Понятие целевой аудитории. Роль ее изучения в деятельности копирайтера.
23. Понятие инсайта. Основное рекламное сообщение.
24. Рекламная идея и художественный образ.
25. Разработка креативной концепции на основе брифа.
26. Креативная концепция: визуальное и вербальное воплощение.
27. Понятие «рекламный формат» и его роль в копирайтинге.
28. Основные форматы рекламы в прессе и их характеристика.
29. Основные форматы печатной рекламы и их характеристика.
30. Основные форматы рекламы на телевидении и их характеристика.
31. Основные форматы рекламы на радио и их характеристика.
32. Особенности рекламных форматов в Интернете.

Темы рефератов:

1. Особенности и жанрообразующие признаки рекламных текстов.
2. Особенности и жанрообразующие признаки пиар-текстов.
3. Идея рекламного текста. Шаблоны идей.
4. Принципы составления рекламного текста.
5. Классификация ОРТ в зависимости от цели рекламного сообщения и от композиции.
6. Фонетика, речевые приемы рекламного текста.
7. Особенности текстов политической рекламы.
8. Заголовок в рекламе: типы, особенности, технология создания.
9. Эхо-фраза в рекламе: типы, особенности, приемы.
10. Девиз в рекламе: типы, особенности, приемы.

## **2.2 Типовой вариант экзаменационного тестирования**

Вариант



1. Основными функциями рекламного текста являются...

- а) информационная;
- б) коммуникативная;
- в) эстетическая;
- г) художественная.

2. Функция рекламы, которая сводится к стимулированию сбыта и наращиванию объемов прибыли от реализации некой продукции за определенную единицу времени, называется...

- а) экономической;
- б) социальной;
- в) коммуникативной;
- г) художественной.

3. Функция рекламы, которая оказывает огромное воздействие на формирование массового общественного сознания и сознание каждого индивидуума, ей внимающего, называется...

- а) экономической;
- б) социальной;
- в) коммуникативной;
- г) художественной.

4. Функция рекламы, согласно которой она связывает воедино посредством информационных каналов рекламодателей и потребительскую аудиторию, называется...

- а) экономической;
- б) социальной;
- в) коммуникативной;
- г) художественной.

5. Функция рекламы, согласно которой она предусматривает пропаганду различного рода нововведений во всех сферах производства и потребления, здорового образа жизни, называется...

- а) просветительская;
- б) социальной;
- в) коммуникативной;

г) художественной.

6. Функция рекламы, согласно которой она направлена на формирование вкуса потребителя, называется...

а) экономической;

б) социальной;

в) коммуникативной;

г) эстетической.

7. Большинство рекламодателей и специалистов по рекламе считают, что в основе достижения целей рекламного обращения находится

а) корреляция;

б) коммуникация;

в) мотивация;

г) социализация.

8. Языковое манипулирование – это ...

а) осознаваемое адресатом воздействие на эмоции, намерения, поведение;

б) неосознаваемое адресатом воздействие на эмоции, намерения, поведение;

в) открытое воздействие на адресата;

г) скрытое воздействие на адресата.

9. Рекламный текст апеллирует к ...

а) сознанию;

б) подсознанию;

в) соседу;

г) подростку.

10. Для НЛП характерно:

а) воздействие информации на подсознание;

б) желание узнать ответ на дополнительные вопросы;

в) приоритетное внимание авторитетности источника информации и реакции на данную информацию членов референтной группы;

г) обращение внимания преимущественно на цвет, композицию, музыкальное сопровождение сообщения.

## Ключи к тестам

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>а</b>	<b>а</b>	<b>б</b>	<b>в</b>	<b>г</b>	<b>г</b>	<b>в</b>	<b>а</b>	<b>б</b>	<b>а</b>

### 2.3 Типовой экзаменационный билет

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования  
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»  
Высшая аграрная школа

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки)

**Медиатехнологии в современной коммуникативной индустрии**

(профиль подготовки/магистерская программа)

**Высшая аграрная школа**

(наименование кафедры)

**Копирайтинг и редактирование текстов  
интернет-изданий**

**Дисциплина**

(наименование дисциплины)

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Мировой и отечественный опыт копирайтинга. Тенденции развития профессии.
2. Понятие инсайта. Основное рекламное сообщение.
3. Основные форматы рекламы в прессе и их характеристика.

Составитель

Матвеева Е.В.

(подпись)

(расшифровка подписи)

ИО Декана факультета

Белова С.Н.

(подпись)

(расшифровка подписи)

**3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ  
ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ**

Оценка знаний по дисциплине проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает:

- практические работы.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от соответствия критериям таблицы 1.

Оценка качества подготовки по результатам самостоятельной работы студента ведется:

1) преподавателем – оценка глубины проработки материала, рациональность и содержательная емкость представленных интеллектуальных продуктов, наличие креативных элементов, подтверждающих самостоятельность суждений по теме;

2) группой – в ходе обсуждения представленных материалов;

3) студентом лично – путем самоанализа достигнутого уровня понимания темы.

По дисциплине предусмотрены формы контроля качества подготовки:

- текущий (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- промежуточный (оценивается уровень и качество подготовки по конкретным разделам дисциплины).

Результаты текущего и промежуточного контроля качества выполнения студентом запланированных видов деятельности по усвоению учебной дисциплины являются показателем того, как студент работал в течение семестра. Итоговый контроль проводится в форме промежуточной аттестации студента – экзамена (зачета).

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание результатов обучения по дисциплине, в том посредством испытания в форме экзамена (зачета).

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения. Последняя представляется в балльном исчислении согласно таблице 2.

Защита практической работы производится студентом в день ее выполнения в соответствии с учебным расписанием. Преподаватель проверяет правильность выполнения практической работы студентом и сделанных выводов, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью собеседования или тестирования.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. К экзамену допускаются

студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, коллоквиум, задание для самостоятельной работы.