

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ
КОМПЕТЕНЦИИ
«КОПИРАЙТИНГ»

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в котором установлены нижеследующие правила и необходимые требования владения профессиональными навыками для участия в соревнованиях по профессиональному мастерству.

Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ.....	3
1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ	3
1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «КОПИРАЙТИНГ»	3
1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ	5
1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ.....	5
1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)	7
2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ.....	8
2.1. Личный инструмент конкурсанта.....	8
Наушники, ноутбук, телефон.....	9

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

1. ФГОС – Федеральный государственный образовательный стандарт
2. ПС – профессиональный стандарт
3. СП – свод правил
4. ТК – требования компетенции
5. КЗ - конкурсное задание
6. ИЛ – инфраструктурный лист
7. КО - критерии оценки
8. ОТ и ТБ – охрана труда и техника безопасности
9. ЦА — целевая аудитория
10. ТЗ — техническое задание

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ

Требования компетенции (ТК) «Копирайтинг» определяют знания, умения, навыки и трудовые функции, которые лежат в основе наиболее актуальных требований работодателей отрасли.

Целью соревнований по компетенции является демонстрация лучших практик и высокого уровня выполнения работы по соответствующей рабочей специальности или профессии.

Требования компетенции являются руководством для подготовки конкурентоспособных, высококвалифицированных специалистов и/или рабочих и их участия в конкурсах профессионального мастерства.

В соревнованиях по компетенции проверка знаний, умений, навыков и трудовых функций осуществляется посредством оценки выполнения практической работы.

Требования компетенции разделены на четкие разделы с номерами и заголовками, каждому разделу назначен процент относительной важности, сумма которых составляет 100.

1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «КОПИРАЙТИНГ»

Перечень видов профессиональной деятельности, умений и знаний и профессиональных трудовых функций специалиста (из ФГОС/ПС) и базируется на требованиях современного рынка труда к данному специалисту

Таблица № 1

Перечень профессиональных задач специалиста

№ п/п	Раздел	Важность в %
1	Организация рабочего процесса и безопасность Специалист должен знать и понимать: - государственные стандарты по издательскому делу; - государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения; - правовое и этическое регулирование медиа; - нормы охраны труда, правила техники безопасности, личной санитарии и гигиены труда при работе за компьютерами; - тайм-менеджмент; - требования к охране здоровья и безопасности, применяемые к окружающей среде, оборудованию и материалам. Специалист должен уметь:	10

	<ul style="list-style-type: none"> - использовать нормативные правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность копирайтера; - выбирать и использовать все оборудование и материалы безопасно и в соответствии с инструкциями производителя; - выполнять требования по охране труда и технике безопасности; - восстанавливать рабочее место до соответствующего состояния и порядка; - определять дальнейший ход работы, грамотно распределять отведенное на выполнение задания время, создавать планы и систему планирования. 	
2	<p>Коммуникация</p> <p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - модели, разновидности и средства коммуникации, методы их использования; - методы выявления потребностей, драйверов и барьеров потребления целевой аудитории; - особенности речевых средств выразительности в различных моделях средств коммуникации; - условия эффективного делового общения; - принципы делового этикета; <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с запросами, драйверами и барьерами потребления целевой аудитории, выявлять их, анализировать и генерировать на их основе креативы; - использовать различные модели средств коммуникации; - владеть инструментами креативного тайм-менеджмента для оптимального планирования, создания и выпуска; - владеть современными методами письменной коммуникации, применять навыки эффективного делового общения; - логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь. 	20
3	<p>Сбор и обработка информации</p> <p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику системного мышления; - методы анализа информационного поля; - приемы сбора и анализа текстовой информации с использованием традиционных методов и современных информационных технологий; - способы практического использования системы функциональных стилей речи; - особенности сбора, анализа, систематизации и обработки информационного материала; 	20

	<ul style="list-style-type: none"> - аналитико-синтетическую переработку информации, методы работы с информацией; - приемы и способы передачи информации; - актуальные тенденции на рынке медиапродуктов; - методы мониторинга СМИ и социальных медиа по ключевым словам, связанным с темой конкурсного задания; - основные виды информационной и визуальной переработки текста. <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать список релевантных источников информации для последующего обзора, используя принцип приоритетности; - выполнять поисковую оптимизацию и адаптацию текстовых материалов; - работать с большим объемом информации; - грамотно формулировать запросы по заданной теме в сети Интернет; - разрабатывать концепцию медиапродукта в соответствии с запросом целевой аудитории; - собирать данные для проведения мониторингов; - проводить мониторинг источников, используя навык анализа информационного поля; - перерабатывать собранную текстовую информацию, выделять важные объективные факты, создавать структуру; - владеть различными методами поиска информации в сети Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов); - создавать библиографические ссылки. 	
4	<p>Специализированное программное обеспечение для обработки информации</p> <p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности визуализации и трансформации различных видов информации; - способы создания визуального графического контента, доступно отражающего содержание медиапродукта; - технические средства обработки, сбора и хранения текстовой информации; - специфику работы в поисковых системах, функциональные возможности популярных сервисов поиска; - базовые системные программные продукты и пакеты прикладных программ (Microsoft Word/Excel или аналог); - особенности работы с графическими редакторами (Adobe Illustrator/ Adobe Photoshop /Adobe Experience Design/ readymag или аналог). <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доступно и в соответствии с нормами UX/UI дизайна визуализировать информацию различных видов; 	30

	<ul style="list-style-type: none"> - использовать компьютерные технологии при работе с текстами; - применять компьютерные программы для обработки текста; - структурировать текстовую информацию с обязательными элементами: заголовком, лидом, подзаголовками в текстовом редакторе Microsoft Word или аналогах; - компилировать тексты, анализировать информационные материалы; - выбирать подходящий тип визуализации информации; - выполнять верстку, создание макетов, используя программы Adobe Illustrator/ Adobe Photoshop /Adobe Experience Design/readymag или аналог. 	
5	<p>Литературное редактирование</p> <p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - корректорскую и редакторскую правки; - нормы использования грамматических форм русского языка; - нормы использования синтаксических единиц, пунктуационной грамотности; - особенности редактирования текстов с применением основных приемов сокращения; - способы моделирования грамотных и эстетических текстов, отвечающих запросам целевой аудитории; - методы создания на основе стандартных методик, формул и действующих нормативов различных типов текстов; - специфику редакторской работы над текстами разных жанров и видов; - методику работы с фактическим материалом; - методы оценки композиции различных видов текста; - условия использования одного из видов редакторской правки; - техническое редактирование, правила оформления элементов всех видов текста; - специфику редакторского анализа; - языково-стилистические особенности русского языка. <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять редакторскую и корректорскую правки текста, элементов текста; - находить типичные нормативно-стилистические ошибки, использовать приемы их анализа и устранения; - применять правила оформления текста и элементов текстовой информации; - использовать различные функционально-смысловые типы и стили речи в зависимости от целевой аудитории; - оформлять медиапродукцию в едином смысловом и композиционном стиле, используя принцип единообразия и применяя логические законы при конструировании текста; 	20

	<ul style="list-style-type: none">- использовать логические и композиционные приемы редактирования текста;- осуществлять стилистическую правку текста при сохранении его индивидуально-авторских особенностей;- создавать креативный медиапродукт, соответствующий заданным параметрам: цели, формату, жанру, целевой аудитории;- формировать и поддерживать авторский стиль.	
--	--	--

1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ

Таблица № 2

Матрица пересчета требований компетенции в критерии оценки

Критерий/Модуль						Итого баллов за раздел ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ
Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ		А	Б	В	Г	
	1	2	3	2	3	10
	2	4	6	5	5	20
	3	5	0	7	8	20
	4	6	8	6	10	30
	5	4	8	3	5	20
Итого баллов за критерий/модуль		21	25	23	31	100

1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

Таблица № 3

Оценка конкурсного задания

Критерий	Методика проверки навыков в критерии
A1 Мониторинг информации	Оценивается актуальность и релевантность подобранных участником источников, их многообразие и качество. Проверяется степень раскрытия темы в источниках. Оценивается качество сгенерированных конкурсантом постов с учетом логики изложения и композиции.
A2 Редакторская правка текста	Проверка применения и качества правок. Проверка на наличие орфографических и пунктуационных ошибок в соответствии с нормами русского языка. Проверка уровня композиционной целостности.
A3 Разработка технического задания	Проверка соответствия заданной теме. Оценка релевантности источников, их соответствия целевой аудитории. Проверка наличия всех перечисленных компонентов ТЗ по требованиям конкурсного задания. Проверка наличия технических требований в ТЗ, касающихся форматов, размеров, расширений, цветовых решений, шрифтов, характеристик креативов, функций, результатов, параметров графики

А4	Генерация мультимедийного медиапродукта	Проверка соответствия заданной теме. Проверка использования мультимедийных средств, интерактивных элементов и элементов навигации с учетом конкурсного задания. Оценка качества типографики, оригинальности UX/UI дизайна по методике HEART.
----	--	--

1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Общая продолжительность Конкурсного задания¹: 11 ч.

Количество конкурсных дней: 3 дня.

Вне зависимости от количества модулей, КЗ должно включать оценку по каждому из разделов требований компетенции.

Оценка знаний участника должна проводиться через практическое выполнение Конкурсного задания. В дополнение могут учитываться требования работодателей для проверки теоретических знаний и/или оценки квалификации.

1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания (ссылка на ЯндексДиск с матрицей, заполненной в Excel)

Конкурсное задание состоит из 4 модулей, включает обязательную к выполнению часть (инвариант) — 3 модулей, и вариативную часть — 1 модуля. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

Обязательная к выполнению часть (инвариант) выполняется всеми регионами без исключения на всех уровнях чемпионатов.

Количество модулей из вариативной части выбирается регионом самостоятельно в зависимости от материальных возможностей площадки соревнований и потребностей работодателей региона в соответствующих специалистах. В случае если ни один из модулей вариативной части не подходит под запрос работодателя конкретного региона, то вариативный (е) модуль (и) формируется регионом самостоятельно под запрос работодателя. При этом время на выполнение модуля(-ей) и количество баллов в критериях оценки по аспектам не меняются.

Таблица № 4

Матрица конкурсного задания

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/вариатив	ИЛ	КО

¹ Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом.

1	2	3	4	4	6	7
---	---	---	---	---	---	---

[Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания \(Приложение № 1\)](#)

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)

Модуль А. Мониторинг информации 2 ч. (инвариант)

Задания:

Конкурсанту необходимо провести мониторинг интернет-ресурсов по заявленной теме. Результаты мониторинга подготовить в виде документа MS Word, в котором будет содержаться 2 оригинальных информационных поста на заявленную тему по установленным формулам копирайтинга с релевантными качественными изображениями, список ключевых слов и словосочетаний в формате хештегов под написанные конкурсанта посты и список использованных источников информации.

Модуль Б. Редакторская правка текста 2 ч. (инвариант)

Задания:

Конкурсанту необходимо выполнить редакторскую правку нескольких видов текста. Текст предоставляется в электронном виде в формате документа MS Word, в который конкурсанта необходимо внести правки, касающиеся речевых норм русского языка, композиции, смысловой и синтаксической структуры, логики изложения, стиля и слога автора.

Модуль В. Разработка технического задания 3ч. (вариатив)

Задания:

Конкурсанту необходимо разработать подробное техническое задание для узкопрофильных специалистов (программистов, веб-дизайнеров, графических дизайнеров и т. п.), используя предоставленную легенду, в рамках которой конкурсант является представителем организации. В легенде будут указаны описание деятельности организации, ее задачи в настоящий момент и ожидаемый медиапродукт (точные легенды формулируются экспертами). Конкурсант должен проанализировать целевую аудиторию организации, паттерны потребления ЦА, выбрать на основе данного анализа оптимальные схемы креативов. В схеме отражаются наиболее важные блоки информации, их

примерная компоновка. Схема креатива — это не дизайн. Это способ продемонстрировать идею специалисту.

Конкурсанту необходимо разработать технические требования к продукту, сформулировать ожидаемые результаты от него, подготовить и представить качественные референсы для формирования визуального бэкграунда. Конкурсант должен владеть техникой SMART для формулирования наиболее четкой цели создания креатива и выявлять ключевые ценности организации для их отражения в продукте.

Модуль Г. Генерация мультимедийного медиапродукта 4 ч. (инвариант)

Задания:

Конкурсанту необходимо сформулировать концепцию медиапродукта в формате лонгрида под заданную тему, раскрыв структуру лонгрида, его целевую аудиторию, идею и героя. Конкурсанту необходимо сгенерировать креативный заголовок, лид и синопсис медиапродукта, сформировать список релевантных источников информации и подобрать/создать мультимедийный контент. Соблюдая тему и заданный объем, конкурсант должен сгенерировать текст лонгрида и разработать на его основе по техническим параметрам интерактивный макет (story-board) мультимедийного лонгрида.

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ²

Каждый модуль Конкурсного задания выполняется Конкурсантом строго индивидуально на одном рабочем месте, представляющем собой персональный компьютер с доступом через локальную вычислительную сеть к одному или нескольким серверам. Конфигурация и состав программного обеспечения рабочих мест должны быть идентичны у всех Участников и достаточны для выполнения всех модулей Конкурсного задания. Электропитание и пропускная способность ЛВС должны быть достаточны для одновременной бесперебойной интенсивной работы всех Конкурсантов и Экспертов.

2.1. Личный инструмент конкурсанта

Список материалов, оборудования и инструментов, которые конкурсант может или должен привезти с собой на соревнование. Указывается в свободной форме. Нулевой - нельзя ничего привозить.

² Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.

2.2. Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке
Список материалов, оборудования и инструментов, которые запрещены на соревнованиях по различным причинам. Указывается в свободной форме.

Наушники, ноутбук, телефон