

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«ВЕРХНЕВОЛЖСКИЙ МЕЖОТРАСЛЕВОЙ ТЕХНИКУМ»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор Верхневолжского  
межотраслевого техникума

А.И. Садыкова  
29 января 2025 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ПРОГРАММА – ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА «КОПИРАЙТЕР»**

**с применением исключительно электронного обучения, дистанционных  
образовательных технологий**

**ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Составитель:

Фамилия, имя, отчество	Должность
Бондарь И.В.	преподаватель

Пучеж - 2025

## **Общие положения**

Настоящая дополнительная общеразвивающая программа «Копирайтер» (далее – образовательная программа) разработана в соответствии со следующими нормативно-правовыми актами:

- Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказом Министерства просвещения РФ от 27 июля 2022 г. №629 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам";
- Уставом;
- Локально-нормативными актами Техникума по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности.

1.1. Образовательная деятельность по дополнительной общеразвивающей программе направлена на:

- обеспечение духовно-нравственного, гражданско-патриотического воспитания обучающихся;
- формирование и развитие творческих способностей обучающихся;
- удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся в интеллектуальном, нравственном, художественно-эстетическом развитии и физическом совершенствовании;
- формирование культуры здорового и безопасного образа жизни, укрепление здоровья, а также на организацию свободного времени обучающихся;
- адаптацию обучающихся к жизни в обществе;
- профессиональную ориентацию обучающихся;
- выявление, развитие и поддержку обучающихся, проявивших выдающиеся способности;
- удовлетворение иных образовательных потребностей и интересов обучающихся, не противоречащих законодательству Российской Федерации, осуществляемых за пределами федеральных государственных образовательных стандартов и федеральных государственных требований.
- удовлетворение иных образовательных потребностей и интересов обучающихся, не противоречащих законодательству Российской Федерации, осуществляемых за пределами федеральных государственных образовательных стандартов и федеральных государственных требований.

**2. Перечень результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Код и наименование компетенции	Перечень планируемых результатов обучения
<p><b>К 1.1</b> Способен находить информацию по тематике сайта</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска;</li> <li>– Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайтах;</li> <li>– владеть различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов);</li> <li>– работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.</li> </ul> <p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявление потенциальных источников информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации);</li> <li>– поиск и извлечение (копирование, сохранение) недостающей графической и (или) текстовой информации;</li> <li>– поиск информации о новых товарах и услугах, других материалов для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями;</li> <li>– мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок.</li> </ul>
<p><b>К 1.2</b> Способен управлять коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы копирайтинга и рерайта;</li> <li>– большой словарный запас. высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика);</li> <li>– законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет;</li> <li>– экспертные знания в одной или нескольких профессиональных областях;</li> <li>– основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок).</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– писать тексты литературным, техническим и рекламным языком;</li> <li>– реферировать, аннотировать и модифицировать тексты;</li> <li>– владеть текстовым редактором.</li> </ul>

	<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– переработка текстов различной тематики (реерайт);</li> <li>– написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг);</li> <li>– поисковая оптимизация и адаптация текстовых материалов;</li> <li>– актуализация и расширение знаний по тематике информационных ресурсов.</li> </ul>
--	--

## **8.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы**

Реализация дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы «Копирайтер» осуществляется с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

### **1. Материально-техническое обеспечение:**

- персональные компьютеры, ноутбуки, планшеты или иные устройства, обеспечивающие доступ к образовательной платформе и электронным ресурсам;
- устойчивое подключение к сети Интернет, обеспечивающее просмотр видеолекций, участие в онлайн-занятиях и работу с текстовыми редакторами;
- веб-камеры, микрофоны и наушники (гарнитуры) для участия в вебинарах, мастер-классах и консультациях с преподавателями;
- система управления обучением (Learning Management System), позволяющая размещать материалы, проводить тестирование, проверку практических заданий и контроль результатов обучения;
- сервисы видеоконференцсвязи для проведения онлайн-занятий, интерактивных семинаров и консультаций;
- программное обеспечение, необходимое для освоения практических навыков:
  - текстовые редакторы (MS Word, Google Docs, LibreOffice Writer или аналоги);
  - онлайн-платформы для совместной работы (Google Workspace, Notion, Trello и др.);
  - графические редакторы базового уровня (Canva, Figma, Photoshop – по мере необходимости).

### **2. Информационное обеспечение:**

- доступ к электронной образовательной среде организации (личный кабинет обучающегося, электронный журнал, библиотека, система обмена сообщениями);
- учебно-методические материалы в электронном виде (учебные пособия, методические рекомендации, рабочие тетради, презентации, видеолекции, практические задания);
- мультимедийные учебные ресурсы (видеоуроки, вебинары, интерактивные

тренажёры по созданию рекламных и информационных текстов);

- электронные библиотеки и базы данных (научные и публицистические тексты, статьи из СМИ, материалы по интернет-маркетингу, рекламе и PR);
- доступ к специализированным ресурсам и справочникам по русскому языку и стилистике (Грамота.ру, Национальный корпус русского языка, онлайн-словарные базы).

### **3. Поддержка обучающихся:**

- круглосуточный доступ к образовательной платформе с индивидуальными логинами и паролями;
- служба технической поддержки для решения вопросов, связанных с использованием образовательных ресурсов;
- регулярные консультации преподавателей и наставников в формате видеоконференций, онлайн-чата, форумов и электронной почты;
- организация дистанционных проектных и творческих заданий с обратной связью.

Материально-техническое и информационное обеспечение позволяет в полном объеме реализовать программу, обеспечивает развитие у обучающихся навыков создания текстов различных жанров и форматов, а также формирует компетенции, необходимые для работы в сфере копирайтинга и цифровых коммуникаций

### **Лицензионное программное обеспечение:**

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security

для бизнеса Russian Edition.

### **Итоговая аттестация**

Проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится в форме тестирования

Обучающимся, успешно освоившим образовательную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается сертификат.

### **Оценочные средства для прохождения итоговой аттестации**

Тестовые задания нескольких видов, предполагающих оценку различных аспектов профессиональной компетентности обучающихся. Количество заданий в тесте – 25. За каждый правильный ответ обучающемуся выставляется 4 балла. Время прохождения тестирования составляет не более 60 минут.

Для сопоставления пятибалльной системы оценки и 100-балльной системы оценки приводится следующая шкала:

Максимальное количество баллов равно 100.

Перевод полученных баллов в отметку производится следующим образом: 90-100 баллов «отлично»;  
80-89 баллов «очень хорошо»/;  
70-79 баллов «хорошо»;  
50-69 баллов «удовлетворительно»;  
менее 50 баллов «неудовлетворительно».

### Типовые тестовые задания

– Что такое копирайтинг?

а) написание слоганов, официальной документации и составление презентаций;

б) интересное творческое занятие для людей, которым нравится писать тексты;

в) умение находить и отбирать информацию, адаптировать ее для целевой аудитории, выбирать наиболее подходящий формат и жанр и создавать на основе этого текст для решения бизнес-задач.

– Задачи копирайтинга? (выделить все ответы) а) увеличение продаж;

б) привлечение новых сотрудников;

в) повышение грамотности;

г) формирование Tone of voice;

д) создание отзывов;

е) повышение экспертности;

ж) привлечение лояльности аудитории.

– Чем занимаются специалисты? (соединить варианты)

1.	Digital-маркетолог	а	Координирует задачи
2.	Корректор	б	Создает тексты
3.	Project-менеджер	в	Продвигает продукт
4.	Копирайтер	г	Редактирует тексты

– Почему люди покупают? (выделить все ответы) а) ограничение;

б) нужда;

в) характер;

г) боль;

д) угроза;

е) кейс.

– Расставьте этапы работы над текстом в правильном порядке:

9. согласование;

10. планирование;

11. внесение правок;

12. корректура;

13. аналитика;

14. разбор ТЗ;

15. написание.

– Выберите формулы продающих текстов (выделить все ответы) а) AIDCA;

б) ODA;

в) RTHS;

г) ACCR;

д) ACCA.

– Рассчитайте конверсию текста:

Текст прочитало 13956 человек; перешло по ссылке в тексте 734 человека; выполнили целевое действие – 9387.

– Пропишите косвенные целевые аудитории у следующих прямых ЦА:

Продукт	Прямая ЦА	Косвенная ЦА
Ювелирные украшения	Девушки 25+ с заработком выше среднего	
Новый айфон	Девушки и парни 25-35 лет с заработком выше среднего	
Услуги барбера	Мужчины 18+	

– С какой периодичностью публиковаться в социальных сетях?

(соединить варианты)

1.	Одноклассники	а	ежедневно
2.	Instagram	б	2-3 раза в неделю
3.	ВКонтакте	в	1-2 раза в неделю
4.	Facebook	г	2-3 раза в день

- Что такое Tone of voice?
- а) тональность голоса;
- б) позиционирование бренда;
- в) техника речи;
- г) ни один из перечисленных вариантов.

– Соотнесите пост и пример:

1.	«Сегодня я ходила в новую кофейню на углу улицы, которая называлась «По чашечке». Сервис там просто высший класс, а какой раф!»	а	Вовлекающий пост
2.	«Туалетная вода «Запах весны» – это путешествие в любимое время года. Сегодня вы можете отправиться в это путешествие всего за 9999 рублей.»	б	Пост-история
3.	«Иногда очень хочется настоящей итальянской пиццы, как в центре Рима. Для этого не нужно покупать билеты за границу, достаточно купить муку. Для хорошей пиццы нам понадобится:…»	в	Продающий пост
4.	«Мы в офисе решили узнать статистику: сколько людей любит маслины. Предлагаем поучаствовать в опросе и вам!»	г	Обучающий пост

– Что нужно проверить перед публикацией? (отметьте все варианты)

- а) изображение;
- б) эмодзи;
- в) геолокацию;
- г) аккаунт;
- д) форматирование;
- е) шрифт.

– Правила оформления хештегов? (отметьте все варианты)

- а) релевантность;
- б) чем больше – тем лучше;
- в) нужно писать все варианты слов – даже с ошибками;
- г) ставить знаки препинания;
- д) придумывать свои хештеги;
- е) соединять слова.

– Напишите универсальную структуру любого текста:

—  
—  
—

– Выберите заголовки, подходящие для статьи-инструкции:

- а) «Как сварить кофе»;
- б) «10 кофеев для уютного вечера»;
- в) «Правила жизни Стива Джобса»;



г) «Готовим матчу дома: 10 правил».

– Рерайтинг – это...

- а) очень плохо! Уважающие себя копирайтеры этим не занимаются;
- б) необходимость, которую невозможно избежать;
- в) 99% работы копирайтера;
- г) все перечисленное.

– SEO-копирайтинг – это...

- а) написание коммерческих текстов;
- б) написание текстов с синонимичным рядом;
- в) написание оптимизированных для поисковых систем текстов;
- г) написание текстов на заказ на биржах труда.

– Качества хорошего SEO-текста? (выделить все варианты)

- а) большой объем;
- б) уникальный;
- в) стилизованный;
- г) грамотный;
- д) вовлекающий;
- е) красивый.

– LSI-тексты – это...

- а) то же самое, что и SEO;
- б) простые тексты;
- в) тексты в социальных сетях;
- г) тексты, отвечающие на запрос.

– Ключи для LSI текстов бывают: (выделить все варианты)

- а) синонимичными;
- б) архаичными;
- в) позитивными;
- г) сопутствующими;
- д) триггерными.

– Что такое UGC?

- а) фирма, которая производит угги;
- б) пользовательский контент;
- в) инструмент продвижения в Instagram;
- г) схема рассылки в email-маркетинге.

– В чем особенность перевернутой пирамиды?

—  
—  
—

– На первом экране лендинга обязательно должен быть...

- а) адрес компании;
- б) телефон ответственного лица;
- в) заголовок;
- г) форма захвата.

– Бриф заполняет:

- а) секретарь; б) копирайтер; в) корректор; г) директор.

– Формула ПОД-ПОП расшифровывается:

- а) приветствие, общение, доказательство, предложение, ограничение, призыв;
- б) приветствие, обещание, доказательство, проблема, ограничение, призыв;
- в) проблема, обещание, доказательство, предложение, ограничение, призыв;
- г) проблема, обещание, дедлайн, предложение, ограничение, призыв.