****

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«Копирайтинг»

Итогового (межрегионального) этапа Чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы»

2025 г.

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в которой 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 2](#_Toc162019932)

[1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ 2](#_Toc162019933)

[1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «КОПИРАЙТИНГ» 2](#_Toc162019934)

[1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ 7](#_Toc162019935)

[1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ 7](#_Toc162019936)

[1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ 8](#_Toc162019937)

[1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания 8](#_Toc162019938)

[1.5.2. Структура модулей конкурсного задания 9](#_Toc162019939)

[2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 15](#_Toc162019940)

[2.1. Личный инструмент конкурсанта 15](#_Toc162019941)

[2.2.Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке 15](#_Toc162019942)

[3. Приложения 15](#_Toc162019943)

**ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

1. ФГОС – Федеральный государственный образовательный стандарт
2. ПС – Профессиональный стандарт
3. КЗ – Конкурсное задание
4. ИЛ – Инфраструктурный лист
5. ТК – Требования компетенции
6. 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 / рабочих и участия их 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 знаний и профессиональных трудовых функций специалиста (из ФГОС/ПС/ЕТКС.) 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:**  - 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. | 5 |
| **2** | **Коммуникация**  **Специалист должен знать и понимать:**  - 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;  **Специалист должен уметь:**  - 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. | 15 |
| **3** | **Сбор и обработка информации**  **Специалист должен знать и понимать:**  - 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;  - 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.  **Специалист должен уметь:**  - формировать список релевантных источников информации для последующего обозрения, 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. | 23 |
| **4** | **Специализированное программное обеспечение для обработки информации**  **Специалист должен знать и понимать:**  - 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).  **Специалист должен уметь:**  - доступно и в соответствии с нормами UX/UI дизайна визуализировать информацию различных видов;  - 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. | **30** |
| **5** | **Литературное редактирование**  **Специалист должен знать и понимать:**  - 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.  **Специалист должен уметь:**  - 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;  - 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. | **27** |

1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ

Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждых разделов компетенции, обозначенных в требованиях и указанных в таблице №2.

*Таблица №2*

**Матрица пересчета требований компетенции в критерии оценки**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий/Модуль** | | | | | | **Итого баллов за раздел ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ** |
| **Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ** |  | **A** | **Б** | **В** | **Г** |  |
| **1** | 2 | 2 | 1 | 0 | **5** |
| **2** | 4 | 1 | 5 | 5 | **15** |
| **3** | 7 | 0 | 11 | 5 | **23** |
| **4** | 6 | 3 | 5 | 16 | **30** |
| **5** | 2 | 19 | 1 | 5 | **27** |
| **Итого баллов за критерий/модуль** | | **21** | **25** | **23** | **31** | **100** |

1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

Оценка Конкурсного задания будет основываться на критериях, указанных в таблице №3:

*Таблица №3*

**Оценка конкурсного задания**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерий** | | **Методика проверки навыков в критерии** |
| **А** | **Мониторинг информации** | Оценивается актуальность и релевантность подобранных участником источников, их многообразие и качество. Проверяется степень раскрытия темы. Оценивается качество визуального наполнения и написанной статьи с учетом логики изложения и композиции. |
| **Б** | **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. |
| **В** | **Контент-план** | Проверка соответствия заданной теме. Оценка соответствия целевой аудитории. Проверка наличия всех перечисленных компонентов ТЗ по требованиям конкурсного задания. Оценка качества визуального наполнения и написанного текста с учетом логики изложения и композиции. |
| **Г** | **Генерация мультимедийного медиапродукта** | Проверка соответствия заданной теме. Проверка использования мультимедийных средств, интерактивных элементов и элементов навигации с учетом конкурсного задания. Оценка качества типографики, оригинальности дизайна. |

1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Общая продолжительность Конкурсного задания[[1]](#footnote-1): 11ч.

Количество конкурсных дней: 3 дня

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

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

1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания

Конкурсное задание состоит из 4-х модулей, включает обязательную к выполнению часть (инвариант) — 3 модуля и вариативную часть — 1 модуль. 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 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(-ются) регионом самостоятельно под запрос работодателя. При этом, время на выполнение модуля(-ей) и количество баллов в критериях оценки по аспектам не меняются (Приложение 3. Матрица конкурсного задания).

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания

**Модуль А. Мониторинг информации (Инвариант)**

*Время выполнения модуля: 3 часа*

**Задания:**

Конкурсанту необходимо провести мониторинг интернет-ресурсов по заявленной теме, определить целевую аудиторию, написать статью и подобрать визуализацию, написать лид.

**Задачи:**

Результат мониторинга должен быть подготовлен в виде документа с информацией о целевой аудитории (пол, возраст, сфера занятости, интересы, болевые точки), лидом и статьей, предоставить перечень использованных источников.

**Требования к статье:**

1. Заголовок статьи должен быть актуальным и привлекательным для целевой аудитории.
2. Тема статьи должна быть связана с заявленной темой.
3. Лид статьи должен привлекать внимание читателя и заинтересовывать его при чтении статьи.
4. Основная часть статьи должна быть информативной и полезной для читателя.
5. В статье должны быть использованы качественные изображения или сгенерированные с помощью ИИ.

**Требования к лиду:**

1. Короткий. Первый абзац не должен превышать 3–4 предложений или 300–400 знаков.
2. Информативный**.** Читатель должен понять, какую пользу он получит от прочтения — найдет решение проблемы, узнает о важном событии или развлечется необычной историей.
3. Простой для восприятия.

**Требования к оформлению письменных материалов**

Объем текста статьи – от 2500 до 3500 печатных знаков с пробелами.

Объем текста лида – от 300 до 400 печатных знаков с пробелами, выделить курсивом.

**Требования к оформлению основного текста**

Шрифт – Times New Roman, кегль – 14; междустрочный интервал – 1; выравнивание – по ширине; абзацный отступ – 1,5 см.

**Требование к оформлению заголовков:** абзацный отступ – 1 см; кегль – 14; ориентация – по центру.

гарнитура – Times New Roman, полужирное начертание без точки на конце.

Ключевые слова в виде хештегов: 3-5 хештегов, картинки: 1-3.

**Представление результатов работы**

Рабочие файлы (в электронном виде).

Работу сохранить под именем *Модуль А\_Рабочее место (номер рабочего места)*

**Модуль Б. Редакторская правка текста (Инвариант)**

*Время выполнения модуля: 2 часа*

**Задания:**

Конкурсанту необходимо вычитать текст и выполнить редакторскую правку текста для публикации в печатном издании, в примечании указать вид правки. Текст предоставляется в электронном виде в формате документа Microsoft Word, в который конкурсанту необходимо внести правки, касающиеся речевых норм русского языка, композиции, смысловой и синтаксической структуры, логики изложения, стиля и слога автора.

**Задачи:**

1. Выполнить вычитку текста.
2. Выполнить правку текста.

**Требования к оформлению основного текста**

Шрифт – Times New Roman, кегль – 14; междустрочный интервал – 1; выравнивание – по ширине; абзацный отступ – 1,5 см, нумерация страниц внизу, по центру.

**Представление результатов работы**

Рабочие файлы (в электронном виде).

Работу сохранить под именем *Модуль Б\_Рабочее место (номер рабочего места)*

**Модуль В. Контент-план (Вариатив)**

*Время выполнения модуля: 3 часа*

**Задания:**

Конкурсанту необходимо разработать и создать на две недели по заявленной теме контент-план, отображающий различные аспекты данной темы для привлечения и удержания внимания аудитории. Составить портрет целевой аудитории отдельным файлом.

**Задачи:**

1. Исследование интересов и предпочтений аудитории.
2. Создание плана публикаций на две недели, включая темы, форматы (фото, видео, текст), виды контента и сроки выполнения (дата публикации).
3. Подготовка материалов для публикаций – 2 продающих поста, объемом не более 500 знаков, формата фото+текст.
4. Реализация контент-плана: предложить варианты публикации материалов на социальных площадках. Не менее трех площадок

**Ожидаемые результаты:**

1. Разработанный контент-план публикаций на две недели.
2. 2 продающих поста.
3. Портрет целевой аудитории.

**Представление результатов работы**

Рабочие файлы (в электронном виде).

Работу сохранить под именем *Модуль В\_Рабочее место (номер рабочего места)*

**Модуль Г. Генерация мультимедийного медиапродукта (инвариант)**

*Время выполнения модуля: 3 часа*

**Задания:**

Конкурсанту необходимо создать медиапродукт в формате презентации продукта определенной компании и написать сопроводительный текст. Поиск информации и компании осуществляется конкурсантом.

Презентация должна включать следующие элементы:

1. Определение товара: название, категория, основные функции и преимущества.
2. Описание товара: характеристики, комплектация, гарантийный срок и условия обслуживания.
3. Демонстрация товара: фотографии, видеоматериалы, 3D-модели.
4. Сравнение с конкурентами: преимущества и недостатки товара в сравнении с аналогами на рынке.
5. Соответствовать целевой аудитории.
6. Цена и условия продажи: стоимость товара, скидки и акции, способы оплаты и доставки.
7. Отзывы клиентов: положительные отклики и рекомендации.
8. Контактная информация: адреса магазинов, телефон, e-mail, сайт.
9. Дополнительные материалы: инструкции, руководства пользователя, сертификаты качества.

Презентация должна быть яркой, информативной и привлекательной для потенциальных покупателей. В сопроводительном тексте ключевые моменты выделить цветом. Важно уделить внимание качеству изображения, а также удобству навигации по слайдам. Объем презентации – 9-16 слайдов. Качество изображений 300 dpi. Качество видео 1080.

**Представление результатов работы**

Рабочие файлы (в электронном виде).

Ссылка на компанию в сопроводительном тексте.

Работу сохранить под именем *Модуль Г\_Рабочее место (номер рабочего места)*

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ*[[2]](#footnote-2)*

2.1. Личный инструмент конкурсанта

Нулевой - нельзя ничего привозить.

2.2.Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке

Наушники, ноутбук, телефон.

3. Приложения

Приложение 1. Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания

Приложение 2. Матрица конкурсного задания

Приложение 3. Инструкция по охране труда по компетенции «Копирайтинг»

1. *Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом.* [↑](#footnote-ref-1)
2. *Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.* [↑](#footnote-ref-2)