

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Рабочая программа учебной дисциплины МДК.03.02 «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки России от 21.07.23, № 552, примерной образовательной программой.

Разработчик(и): В.А. Смышляева, преподаватель ИТ- колледжа

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 4 от « 20 » мая _____ 2024 ____ г.

Председатель ЦМК  Ю.С. Кравченко
Подпись

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МДК.03.02 «РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ БРЕНДА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ИНСТРУМЕНТАМИ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ, КОНТЕКСТНО-МЕДИЙ- НОЙ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина МДК.03.02 «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях» является частью общепрофессионального учебного цикла основной образовательной программы (далее ООП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Цель учебной дисциплины: сформировать теоретические знания и накопить практические навыки по созданию эффективных текстов для различных рекламных активностей.

По итогам освоения дисциплины, обучающиеся должны продемонстрировать результаты обучения, соотнесённые с результатами освоения ООП СПО, приведенные в таблице.

Код ПК, ОК	Умения
ОК-02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК-03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК-04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ПК 1.3	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МДК.03.02 «РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ БРЕНДА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ИНСТРУМЕНТАМИ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ, КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	51
в том числе:	
– теоретическое обучение	13
– практические занятия	38
– самостоятельная работа	-
– консультации	-
– промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	-

2.1 Тематический план и содержание учебной дисциплины МДК.03.02 «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Жанры коммерческих текстов			
Тема 1. Техника копирайтинга: сферы применения. Профессии в копирайтинге. Виды коммерческих текстов	Содержание занятия - Что такое копирайтинг - Креативный копирайтер - Технический писатель / Технический редактор - SEO / LSI копирайтер - Маркетинговый копирайтер - Райтер (в PR) / Спичрайтер - Задание (Какие виды копирайтинга вам знакомы?)	3	ОК 02-04, ПК 1.3-1.4, ПКС 1.5
Тема 2. Структура продающего текста. Формулы продающих текстов	Содержание занятия - Формула AIDA - Структура продающего текста - Формула ОДП. Оффер. Дедлайн. Призыв - Форула. ПУР	4	ОК 02-04, ПК 1.3-1.4, ПКС 1.5
Тема 3. Продуктовые описания. Как написать текст о продукте, который поможет его продать	Содержание занятия - Для чего необходимо описание товара? - Цели описания товара? - Схема отработки для продуктового описания - Товар массового спроса - Сложный специализированный товар - Дорогой и редкий продукт	4	ОК 02-04, ПК 1.3-1.4, ПКС 1.5
Тема 4. Текст продающего лендинга. Структура и основные экраны	Содержание занятия - Что такое лендинг и какие функции он выполняет? - Общие требования к структуре лендинга - Лендинг не будет продавать, если - Лендинг начинается с прототипа - Аудитория - Чего делать не стоит	6	ОК 02-04, ПК 1.3-1.4, ПКС 1.5

Раздел 2. Жанры имиджевых текстов

<p>Тема 5. Промотексты: анонсы событий, конкурсов, промоакций</p>	<p>Содержание занятия - Структура анонса - Пример 1 - Пример 2 - Пример 3 - Пример 4 - Пример 5</p>	<p>6</p>	<p>ОК 06, 08 ПК 3.1, ПКС 1.7-1.8</p>
<p>Тема 6. Имиджевые (презентационные) тексты</p>	<p>Содержание занятия - Что такое имиджевые тексты и зачем они нужны - Форматы - Текст о компании</p>	<p>6</p>	<p>ОК 06, 08 ПК 3.1, ПКС 1.7-1.8</p>
<p>Тема 7. PR-тексты: новости, пресс-релизы. Формула «перевернутой пирамиды».</p>	<p>Содержание занятия - Что такое пресс-релиз - Информационный повод - Ньюсджекинг - Структура пресс-релиза</p>	<p>6</p>	<p>ОК 06, 08 ПК 3.1, ПКС 1.7-1.8</p>
<p>Раздел 3. Техники и приемы копирайтинга</p>			
<p>Тема 8. Креативные приемы в копирайтинге</p>	<p>Содержание занятия - Креативность - Креативные техники - Художественные тропы в копирайтинге - Задания (Напишите тексты для постов с использованием тропов)</p>	<p>6</p>	<p>ОК 11, ПК 4.1, ПКС 1.10</p>
<p>Тема 9. Практическая стилистика. Приемы.</p>	<p>Содержание занятия - Стилистические приёмы - Итог</p>	<p>6</p>	<p>ОК 11, ПК 4.1, ПКС 1.10</p>
<p>Тема 10. Рефлексия по итогам курса. Упаковка портфолио</p>	<p>Содержание занятия - Как сделать портфолио? - Список вопросов для рефлексии</p>	<p>4</p>	<p>ОК 11, ПК 4.1, ПКС 1.10</p>

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ МДК.03.02 «РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ БРЕНДА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ИНСТРУМЕНТАМИ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ, КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»

3.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1шт

Компьютеризированных посадочных мест с выходом в интернет – 25 штук

ЖК панель 1 шт.

Маркерная доска 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения

Технические средства обучения.

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины библиотечный фонд ВГУЭС укомплектован печатными и электронными изданиями.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Основная литература

1. Барнс Р. Как повысить отклик от рекламы: 95 работающих приемов / Пер. с англ. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2008. – 168 с.
2. Бернадский С. Л. Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. – Москва : Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 192 с.
3. Брукс П. Копирайтинг. Как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать / Пер. с англ. – Москва : Издательство Бератор Пабблишинг, 2005. – 128 с.
4. Иванова К. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. – СПб.: Издательство Питер, 2009 – 176 с.
5. Карепина С. Искусство делового письма. Законы, хитрости, инструменты. – Москва : Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 224 с.

Дополнительная литература

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.edu.ru>- Российское образование. Федеральный портал.
2. <http://www.elibrary.ru>- Электронно-библиотечная система «eLibrary»
3. <http://91.189.237.198:8778/poisk2.aspx>- Электронно-библиотечная система «Буквояз»
4. <http://www.diss.rsl.ru>- Электронная библиотека диссертаций РГБ.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МДК.03.02 «РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ БРЕНДА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ИНСТРУМЕНТАМИ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ, КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины: Создавать тексты для продающих лендингов (одностраничных сайтов); Писать PR-тексты: новости и пресс-релизы; Придавать необходимую стилистику текстам.</p>	<p>90-100 баллов «Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. 70-89 баллов «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. 50-69 баллов «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки. 0-49 баллов «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.</p>	<p>Этапы выполнения практического задания Оценка выполнения практического задания</p>

Для оценки достижения запланированных результатов обучения по дисциплине разработаны контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, которые прилагаются к рабочей программе дисциплины.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине

**МДК.03.02 «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в
сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-
медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях»**

программы подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2024

Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине МДК.03.02 «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях» разработаны в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 21.07.23, № 552 примерной образовательной программой, рабочей программой учебной дисциплины.

Разработчик(и): В.А.Смышляева, преподаватель ИТ- колледжа

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 4 от «__20__» __мая__ 2024__ г.

Председатель ЦМК  Ю.С. Кравченко
подпись

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу МДК.03.02 «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях».

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачета (с использованием оценочного средства - устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, устный опрос в форме собеседования, выполнение письменных заданий, тестирование и т.д.)

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК ¹	Код результата обучения ¹	Наименование результата обучения ¹
	31	Знать теоретические основы процесса цифровой трансформации экономики;
	32	Знать методы формирования команды цифровой экономики;
	33	Знать инструменты и методы цифровой трансформации;
	34	Знать методы оценки эффективности цифровой трансформации экономических систем.
	У1	Уметь анализировать уровень цифровой зрелости;
	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации
	У3	Уметь использовать зарубежный и отечественный опыт в области управления цифровой экономикой
	У4	Уметь проводить оценку уровня цифровой зрелости.

¹ - в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Раздел 1 Жанры коммерческих текстов				
Тема 1. Техника копирайтинга: сферы применения. Профессии в копирайтинге. Виды коммерческих текстов	32	Знать методы формирования команды цифровой экономики;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 1)	
Тема 2. Структура продающего текста. Формулы продающих текстов	31	Знать теоретические основы процесса цифровой трансформации экономики;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 2)	

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Тема 3. Продуктовые описания. Как написать текст о продукте, который поможет его продать	31	Знать теоретические основы процесса цифровой трансформации экономики;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 3)	
Тема 4. Текст продающего лендинга. Структура и основные экраны	33	Знать инструменты и методы цифровой трансформации;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 4)	
Раздел 2. Жанры имиджевых текстов				
Тема 5. Промотексты: анонсы событий, конкурсов, промоакций	33	33 Знать инструменты и методы цифровой трансформации;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 5)	
Тема 6. Имиджевые (презентационные) тексты	33	Знать инструменты и методы цифровой трансформации;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 6)	
Тема 7. PR-тексты: новости, пресс-релизы. Формула «перевернутой пирамиды».	31	Знать теоретические основы процесса цифровой трансформации экономики;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 7)	
3. Раздел: Техники и приемы копирайтинга				
Тема 8. Креативные приемы в копирайтинге	33	Знать инструменты и методы цифровой трансформации;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 9)	
Тема 9. Практическая стилистика. Приемы.	33	Знать инструменты и методы цифровой трансформации;	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 9)	
Тема 10. Рефлексия по итогам курса. Упаковка портфолио	34	Знать методы оценки эффективности цифровой трансформации экономических систем.	Устный опрос (п. 5.1, вопрос 10)	

² - для формулировки показателей использовать положения Таксономии Блума.

³ - Однотипные оценочные средства нумеруются, н-р: «Тест №2», «Контрольная работа №4».

⁴ - Примеры всех оценочных средств должны быть представлены в разделах 5,6.

⁵ - В скобках следует указать пункт разделов 5.6, в котором оно представлено.

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Раздел 1 Основы цифровой экономики				
1.1. Тема: Командная работа по осуществлению перехода к цифровой экономике	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №1	
1.2. Тема: Влияние цифровых трендов на нашу жизнь	У3	Уметь использовать зарубежный и отечественный опыт в области управления цифровой экономикой	Контрольная работа №1	
1.3. Тема: Цифровой прорыв	У3	Уметь использовать зарубежный и отечественный опыт в области управления цифровой экономикой	Контрольная работа №1	
1.4. Тема: КТ 1 - "Оптимизация процесса с помощью платформы"	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №1	
Раздел 2. Цифровая трансформация экономики и управления				
2.1. Тема: Цифровая трансформация на основе платформ	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №2	
2.2. Тема: Опыт перехода на гос платформы	У1	Уметь анализировать уровень цифровой зрелости;	Контрольная работа №2	
2.3. Тема: Эволюция управления экономикой	У1	Уметь анализировать уровень цифровой зрелости;	Контрольная работа №2	
2.4. Тема: КТ 2 - "Подбор решения под гос. данные"	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №2	
3. Раздел: Цифровая экономика и безопасность				
3.1. Тема: Слияния и поглощения компаний в цифровой экономике	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №3	

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
3.1. Тема: Конкурентная разведка в Интернете	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №3	
3.1. Тема: КТ № 3 - "Конкурентная разведка"	У4	Уметь проводить оценку уровня цифровой зрелости.	Контрольная работа №3	
Раздел 4 Управление цифровой зрелостью бизнеса				
4.1. Тема: Разработка планов цифровой трансформации	У4	Уметь проводить оценку уровня цифровой зрелости.	Контрольная работа №4	
4.2. Тема: Управленческая команда для цифровой трансформации	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №4	
4.3. Тема: Понятие озер и хранилищ данных	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №4	
4.4. Тема: Цифровая зрелость бизнеса	У4	Уметь проводить оценку уровня цифровой зрелости..	Контрольная работа №4	
4.5. Тема: Цифровая трансформация как элемент корпоративной стратегии	У3	Уметь использовать зарубежный и отечественный опыт в области управления цифровой экономикой	Контрольная работа №4	
4.6. Тема: Алгоритм описания данных	У4	Уметь проводить оценку уровня цифровой зрелости.	Контрольная работа №4	
4.7. Тема: КТ 4 - "Продукт на основе нейросети"	У2	Уметь решать организационные задачи в области цифровой трансформации	Контрольная работа №4	

4 Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырём бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Оценка на зачете / экзамене выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации, исходя из общей суммы баллов набранных студентом на момент его проведения.

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: собеседование, устное сообщение)

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: конспект, контрольная работа, расчетно-графическая работа, письменный отчет по лабораторной работе, доклад (сообщение), в том числе выполненный в форме презентации)

5 баллов - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графическая работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ

проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценивания тестового задания

Оценка	<i>Отлично</i>	<i>Хорошо</i>	<i>Удовлетворительно</i>	<i>Неудовлетворительно</i>
Количество правильных ответов	91 % и \geq	от 81% до 90,9 %	не менее 70%	менее 70%

Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене

Оценочные средства устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, устный опрос в форме собеседования, выполнение письменных разноуровневых задач и заданий, комплексная расчетно-графическая работа

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

1. Что такое копирайтинг и каковы его основные цели?
2. Чем копирайтинг отличается от рерайтинга?
3. Какие виды копирайтинга существуют?
4. Назовите основные этапы создания эффективного рекламного текста.
5. Какие ключевые принципы написания текстов для интернета?
6. Какие элементы структуры должны присутствовать в продающем тексте?
7. Как формулируется заголовок и почему он важен?
8. Что такое оффер и как правильно его составить?
9. В чем заключается роль подзаголовков в тексте?
10. Как организовать текст, чтобы удержать внимание читателя?
11. Что такое call-to-action и как он используется в копирайтинге?
12. Что такое целевая аудитория и как ее определить?
13. В чем особенности написания текстов для разных платформ (сайт, соц. сети, e-mail маркетинг)?
14. Какие приемы повышения вовлеченности вы знаете?
15. Как правильно адаптировать текст под SEO-оптимизацию?
16. Какие методы убеждения и аргументации применяются в копирайтинге?
17. Каковы правила использования ключевых слов в текстах?

5.2 Примеры заданий для практической работы

Контрольная работа № 1

Тема: Создание текста для продающего лендинга

1 Определитесь с темой вашего продающего лендинга и заполните бриф для его создания.

2 Составьте структуру продающего лендинга, прописав в ней весь текст, которым вы будете наполнять уже готовый макет лендинга. Помните, что продающие лендинги должны строиться по модели AIDA, должны содержать призывы, кнопки действия, оффер.

3 Составьте продающий лендинг в Tilda.

В ответы прикрепите структуру с текстовым содержанием лендинга и ссылку на ваш лендинг.

Контрольная работа № 2.

Тема: Написание пресс-релиза

Напишите анонсирующий пресс-релиз для любого мероприятия на выбор. Помните, что пресс-релиз должен быть актуальным и информативным, при этом он не должен быть перегружен фактами.

Контрольная работа № 3.

Тема: Практическая стилистика. Приёмы

Скачайте документ, исправьте ошибки и вышлите ответ текстом:
<https://ithub.bulgakov.app/lessons/50690>