

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Производство цифрового контента (веб-райтинг)
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: магистратура
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 72 (2)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных
отраслях
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование способности управлять нематериальными активами (брендами) в организации, в т.ч. внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

Задачи:

Знать:

инструменты бренд-менеджмента (веб-райтинг);
состав процесса оперативного планирования в интернет-коммуникациях

Уметь:

определять конкурентоспособность веб-текстов;
использовать инструменты (веб-райтинг) проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта; проводить анализ результативности интернет-коммуникаций

Владеть навыками:

разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) в интернет-коммуникациях
формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации в интернет-коммуникациях.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

веб-райтинг
копирайтинг
SEO-копирайтинг
LSI-копирайтинг
UX-копирайтинг

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.1	ИД-1ПК-1.1	Знает инструменты бренд-менеджмента (веб-райтинг);	Знает понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); инструменты маркетинговых коммуникаций	Зачет
ПК-1.1	ИД-2ПК-1.1	Умеет определять конкурентоспособность веб-текстов;	Умеет определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить оценку стоимости брендов организации	Индивидуальное задание
ПК-1.1	ИД-3ПК-1.1	разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) в интернет-коммуникациях формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации	Владеет навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки; подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	Индивидуальное задание
ПК-2.1	ИД-1ПК-2.1	Знает состав процесса	Знает состав процесса	Зачет

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		оперативного планирования в интернет-коммуникациях	стратегического и оперативного планирования: организацию рекламного дела	
ПК-2.1	ИД-2ПК-2.1	использовать инструменты (веб-райтинг) проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта; проводить анализ результативности интернет-коммуникаций	Умеет использовать инструменты проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации: продвигать товары (услуги) организации на рынок; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта ; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий: проводить анализ результативности коммуникационной политики	Индивидуальное задание
ПК-2.1	ИД-3ПК-2.1	Владеет навыками формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации в интернет-коммуникациях	Владеет навыками разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации	Индивидуальное задание

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		2	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	29	29	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	9	9	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	16	16	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	43	43	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	72	72	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
2-й семестр				
Тема 1. Введение в проблему. Веб-райтинг	1	0	0	0
Типы текстопорождения в интернете: рерайтинг, копирайтинг, SEO-копирайтинг, LSI-копирайтинг, SMM-копирайтинг, UX-копирайтинг.				
Тема 2. Типы текстового контента в интернете	1	0	1	3
Каналы веб-копирайтинга. Сайт, лендинг, блог, социальные сети, рассылка, приложение, контекстная реклама.				
Тема 3. Сайт. Специфика текстов для сайта	2	0	5	10
Главная страница и интерфейс сайта. Текст о компании. Новость. Статья. «Полезный» контент на сайте. Tone of voice и редполитика. SEO-оптимизация контента сайта. LSI-копирайтинг				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 4. Тексты для социальных сетей. SMM-копирайтинг.	2	0	3	10
Контент репутационный, «полезный», «вовлекающий», развлекательный, пользовательский, продающий. Пост, рассылка, подкаст, мем, новость, описание страницы, кейс, отзыв, комментарий.				
Тема 5. UX-копирайтинг	1	0	5	10
Специфика текстов для интерфейса. UX-копирайтинг как часть UX-дизайна. Tone of voice и редполитика. UX-исследования. Job Stories и Storyframes. Оценка эффективности UX-текстов				
Тема 6. Тексты для прочих каналов коммуникации.	2	0	2	10
E-mail-рассылка. Тексты для блога. Мультимедийный лонгрид. Описание товара, отзыв. Посадочной страницы. Контекстная реклама.				
ИТОГО по 2-му семестру	9	0	16	43
ИТОГО по дисциплине	9	0	16	43

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Каналы веб-копирайтинга.
2	Главная страница и интерфейс сайта. Текст о компании.
3	Новость. Статья. «Полезный» контент на сайте.
4	SEO-оптимизация контента сайта.
5	Репутационный и «полезный» контент в социальных сетях.
6	Развлекательный, вовлекающий, пользовательский, продающий контент в социальных сетях.
7	Текст в интерфейсе.
8	Job Stories и Storyframes
9	UX-исследования. Оценка эффективности UX-текстов.
10	E-mail-рассылка. Тексты для блога. Мультимедийный лонгрид. Посадочная страница. Контекстная реклама.

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / Шамина И. С., Ушакова А. С., Ткаченко Е. А., Даракчан Е. А. Москва Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. 258 с.	2
2	Иванова К.А. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов. 2-е изд. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2009. 157 с.	2
3	Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика : учебное пособие для вузов. Москва : ЮНИТИ, 2005. 383 с.	5
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		

1	Бернадский С. Л. Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. Москва : Манн, Иванов и Фарбер, 2012. 176 с. 12,5 усл. печ. л.	1
2	Геттинс Д. Секреты создания рекламных материалов, или Неписанные правила копирайтинга : пер. с англ. М. : АСТ : Астрель, 2007. 188 с.	2
3	Иншакова Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования : учебное пособие для вузов. Москва : Аспект Пресс, 2018. 256 с. 16,0 усл. печ. л.	1
4	Коммуникационный менеджмент : учебник / Акопов Г. Л., Акопова А. Л., Бакирова Н. В., Беленкова Т. В. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2020. 300 с. 24,510 усл. печ. л.	1
5	Кот Д. Копирайтинг: как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013. 252 с. 16,0 усл. печ. л.	1
6	Кот Д. Продающие тексты: модель для сборки. Копирайтинг для всех. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2022. 192 с. 12,000 усл. печ. л.	1
7	Храповицкий К. SEO-копирайтинг. Практическое руководство по созданию правильных текстов. Санкт-Петербург : Наука и техника, 2014. 295 с. 19 усл. печ. л.	1
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Ягодкина М. В. Реклама в коммуникационном процессе : учебное пособие / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластущинская. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks169546	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	ноутбук, экран, проектор	1
Практическое занятие	ноутбук, экран, проектор	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Производство цифрового контента (веб-райтинг)»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль)
образовательной программы:** Реклама и связи с общественностью в
высокотехнологичных отраслях

Квалификация выпускника: «Магистр»

Выпускающая кафедра: Иностранных языков и связей с
общественностью

Форма обучения: Очная

Курс: 1

Семестр: 2

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 2 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 72 ч.

Форма промежуточной аттестации:

Зачёт: 2 семестр

Пермь 2023

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (2-го семестра учебного плана) и разбито на 6 тем. В каждом теме предусмотрены аудиторские лекционные и/или практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по практическим занятиям и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Зачёт
Усвоенные знания						
3.1 знать инструменты брендменеджмента (веб-рейтинг)		ТО		КЗ		ТВ
3.2 знать состав процесса оперативного планирования в интернет-коммуникациях		ТО		КЗ		ТВ
Освоенные умения						
У.1 уметь определять конкурентоспособность веб-текстов				КЗ		КЗ
У.2 уметь использовать инструменты (веб-рейтинг) проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта; проводить анализ результативности интернет-коммуникаций				КЗ		КЗ
Приобретенные владения						
В.1 владеть навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг);				КЗ		КЗ

тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки; подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)						
В.2 владеть навыками формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации в интернет-коммуникациях				КЗ		КЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме отчета по индивидуальному заданию (кейс-задача) после изучения каждого модуля учебной дисциплины.

2.2.1. Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача)

Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача) проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

Типовые кейс-задачи (индивидуальные задания):

1. Проведите конкурентный анализ интерфейсов и текстового контента сайтов/мобильных приложений выбранной тематики. Результаты анализа оформите в виде презентации.
2. Проведите конкурентный анализ текстового контента страниц и каналов в социальных сетях выбранной тематики. Результаты анализа оформите в виде презентации.
3. Проведите SWOT-анализ продукта и анализ целевой аудитории для разработки проекта сайта выбранной тематики. Результаты анализов оформите в виде презентации.
4. Разработайте tone of voice и редполитику будущего сайта/мобильного приложения выбранной тематики.

5. Разработайте текстовое содержание сайта (новости, каталог, «полезные», вовлекающие статьи, кейс-стори, оригинальные/авторские статьи, страница с контактами и др.), исходя из целей и задач проекта и потребностей целевой аудитории.
6. Напишите текст о компании для сайта/социальных сетей.
7. Напишите «полезный» (статью-совет, кейс-стори) текст для сайта.
8. Напишите авторскую статью (лонгрид) для сайта.
9. Проанализируйте созданный контент для сайта на предмет соответствия запросам пользователей.
10. Отредактируйте написанную статью или напишите новую с учетом SEO и LSI.
11. Адаптируйте статью, написанную для сайта (кейс-стори, авторская статья, экспертная и др.), к соответствующему по тематике каналу в социальных сетях.
12. Создайте развлекательный и вовлекающий посты для социальной сети в рамках выбранной тематики.
13. Разработайте тексты интерфейса для страниц мобильного приложения/сайта (ондбординг, оффбординг, листинг, саксес-экран, форма регистрации, push-уведомления, поп-ап).
14. Разработайте Job Stories и Storyframes для проекта мобильного приложения в рамках выбранной тематики и отдельных его страниц.
15. Разработайте план проведения UX-исследования для оценки качества интерфейса сайта/мобильного приложения.
16. Разработайте план оценки эффективности работы сайта/мобильного приложения с использованием соответствующих метрик и UX-исследований.
17. Разработайте концепцию авторского или тематического блога. Запишите подкаст для блога в рамках выбранной тематики.
18. Напишите текст e-mail-рассылки для подписчиков вашего канала в социальных сетях/блога или посетителей сайта, подписавшихся на рассылку.
19. Разработайте посадочную страницу для вашего продукта.

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения) как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

1. Разработайте текстовое содержание сайта (новости, каталог, «полезные», вовлекающие статьи, кейс-стори, оригинальные/авторские статьи, страница с контактами и др.), исходя из целей и задач проекта и потребностей целевой аудитории.
2. Разработайте тексты интерфейса для страниц мобильного приложения/сайта (ондбординг, оффбординг, листинг, саксес-экран, форма регистрации, push-уведомления, поп-ап).
3. Напишите текст о компании для сайта/социальных сетей.
4. Напишите «полезный» (статью-совет, кейс-стори) текст для сайта.

5. Напишите авторскую статью (лонгрид) для сайта.
6. Адаптируйте статью, написанную для сайта (кейс-стори, авторская статья, экспертная и др.), к соответствующему по тематике каналу в социальных сетях.
7. Создайте развлекательный и вовлекающий посты для социальной сети в рамках выбранной тематики.
8. Разработайте концепцию авторского или тематического блога. Запишите подкаст для блога в рамках выбранной тематики.
9. Напишите текст e-mail-рассылки для подписчиков вашего канала в социальных сетях/блога или посетителей сайта, подписавшихся на рассылку.
10. Разработайте посадочную страницу для вашего продукта.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих работ студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Характер текstopорождения при рерайтинге, копирайтинге, SEO-копирайтинге, LSI-копирайтинге, SMM-копирайтинге и UX-копирайтинге.
2. Типы текстового контента в интернете и каналы веб-райтинга.
3. Понятие «интерфейс мобильного приложения/сайта»

4. Страницы, которые включает в себя интерфейс мобильного приложения/сайта: ондбординг, оффбординг, листинг, саксесс-экран, форма регистрации, push-уведомления, поп-ап.
5. Принципы размещения новостей на сайте.
6. SEO-оптимизация контента на сайте. LSI-копирайтинг
7. Отличие репутационного, «полезного», «вовлекающего», развлекательного, пользовательского, продающего контента.
8. Понятия «tone of voice» и «матрица тональности».
9. Цель, задачи, функции и разделы редполитики.
10. Принципы UX-копирайтинга. Функции текста в интерфейсе.
11. Job Stories, Storyframes и User Journey Map как инструменты анализа пользовательского поведения.
12. Методы и виды тестирований UX-исследований.
13. Методы и инструменты оценки эффективности работы сайта/мобильного приложения.

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

- 1 Анализ интерфейсов и текстового контента сайтов/мобильных приложений.
- 2 Анализ текстового контента страниц и каналов в социальных сетях.
- 3 SWOT-анализ продукта и анализ целевой аудитории.
- 4 Разработка tone of voice и редполитики.
- 5 Анализ контента на предмет соответствия поисковым запросам целевой аудитории.
- 6 SEO-оптимизация текстового контента сайта.
- 7 Этапы работы над текстом в интерфейсе.
- 8 Разработка Job Stories, Storyframes и составление User Journey Map.
- 9 Разработка плана проведения UX-исследования для оценки качества интерфейса сайта/мобильных приложения.
- 10 Разработка плана оценки эффективности работы сайта/мобильного приложения с использованием соответствующих метрик и UX-исследований.
- 11 Разработка концепции авторского или тематического блога.
- 12 Принципы и правила создания текстов конкретных жанров: текст о компании, авторская статья, кейс-стори, пост в социальной сети, подкаст.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

11. Разработайте текстовое содержание сайта (новости, каталог, «полезные», вовлекающие статьи, кейс-стори, оригинальные/авторские статьи, страница с контактами и др.), исходя из целей и задач проекта и потребностей целевой аудитории.
12. Разработайте тексты интерфейса для страниц мобильного приложения/сайта (ондбординг, оффбординг, листинг, саксесс-экран, форма регистрации, push-уведомления, поп-ап).
13. Напишите текст о компании для сайта/социальных сетей.

14. Напишите «полезный» (статью-совет, кейс-стори) текст для сайта.
15. Напишите авторскую статью (лонгрид) для сайта.
16. Адаптируйте статью, написанную для сайта (кейс-стори, авторская статья, экспертная и др.), к соответствующему по тематике каналу в социальных сетях.
17. Создайте развлекательный и вовлекающий посты для социальной сети в рамках выбранной тематики.
18. Разработайте концепцию авторского или тематического блога. Запишите подкаст для блога в рамках выбранной тематики.
19. Напишите текст e-mail-рассылки для подписчиков вашего канала в социальных сетях/блога или посетителей сайта, подписавшихся на рассылку.
20. Разработайте посадочную страницу для вашего продукта.

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.