


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

_____ И.А. Батанина


**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

««Креативный копирайтинг в медиасреде»

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма(ы) обучения: очная

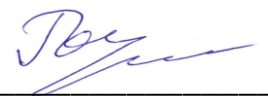
Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Разработчик(и):

Гоголева Е.Н. доц. кафедры СиП, канд. социол. наук



1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Указанные контрольные задания и (или) вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины (модуля), а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.1)

1. Особенности работы и функции копирайтеров в рекламных агентствах.
2. Различные сферы деятельности копирайтера.
3. Психологические и творческие установки копирайтера.
4. Соотношение заголовка, слогана и имени бренда.
5. Приемы выявления основных ошибок в рекламном тексте.
6. Порождение и экспертиза имени бренда в рекламе.
7. Учет национальной специфики восприятия имени бренда.
8. Основные художественные приемы печатного текста.
9. Использование национально-культурных стереотипов в рекламном творчестве.
10. Виды радиорекламных текстов и их специфика.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.2)

1. Определите примененную в слоганах УТП, манипулятивные технологии и художественные приемы:
 - А. Посмотрите, какая нежная кожа у моего малыша. Он себя в них всегда прекрасно чувствует.
 - Б. Велла. Вы великолепны.
 - В. Отлично сложен. Характер нордический, он швед. И все понимает без слов. Холодильник «Электролюкс»
 - Г. Кофе ЯКОБС аромат разбудит вас в начале дня. Утро, пора вставать. Тебя тянет еще поспать, но... крепкое разбудит вас кофе в ранний час.
 - Д. Ю. Меншова: Показ ведущей. У нее берут интервью. -А какие у вас.. красноречивый взгляд на ноги. - Какие? Леванте... Я выбираю ЛЕВАНТЕ.
 - Е. Бабушка поит внуков молоком. Хорошо иметь домик в деревне!
2. Подберите к предложенным преподавателем текстам заголовки и иллюстрации
3. Разработайте рекламное обращение, сочетающее иллюстративный ряд и вербальный текст, объединенные единым УТП.
4. Зарегистрируйтесь на сайте фрилансеров <https://www.work-zilla.com/> как копирайтер. Рассмотрите и проанализируйте не менее 5 заказов, предлагаемых рекламодателями, и дайте свою оценку о функциях и требованиях к копирайтерам.

5. Проанализируйте профессиональные сайты кооперайтеров и определите спектр задач, которые решают копирайтеры, какими знаниями и навыками они должны обладать, сравните с требованиями к фрилансерам на сайте <https://www.work-zilla.com/>

6. Подобрать 5 примеров рекламных текстов различных жанров и тематике. Проанализировать структуру, содержание. Выделить главные элементы. Использовать тексты по следующим тематическим направлениям: косметика, средства гигиены, недвижимость, автомобили, продуктовые торговые марки.

7. Аудитория рекламного текста. Мотивы деятельности аудитории. Подобрать не менее 10 рекламных текстов, ориентированных на разные типы аудитории по социально-демографическим признакам. Проанализировать особенности.

8. Разобрать предложенные рекламные материалы на ключевые элементы рекламного текста.

9. Написать по 10 слоганов по каждому из перечисленных приемов:

- Заголовок-интрига,
- Заголовок-каламбур;
- Заголовок-хит;
- Заголовки с использованием рифмы;
- Заголовок-обещание;
- Заголовок-наставление;
- Заголовок-утверждение;
- Заголовок-противоречие;
- Заголовок-вопрос-ответ;
- Заголовок-традиция;
- Заголовок, он же основной текст;
- Заголовок-новость;
- Заголовок-перефраз;
- Заголовок с упоминанием известного имени, или ТМ.

10. Охарактеризуйте виды заголовков по следующим параметрам:

- по типу информационного носителя,
- по маркетинговым функциям,
- по типу конструкции,
- по лексико-морфологическим характеристикам,
- по содержательным признакам.

Приведите по три примера по каждому виду заголовков.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.3)

1. Разработайте свой слоган для обозначенной преподавателем продукции, определив УТП с помощью брифа, используя несколько художественно-стилистических приемов и манипулятивных технологий. Задание предполагает самостоятельную креативную работу по созданию слогана.

2. Создайте текст рекламного обращения, используя в нем техники эриксоновского гипноза для сокрытия команды «покупай!», и аттрактивные художественные приемы (не менее трех). При выполнении заданий необходимо продумать структуру создаваемых текстов, способ трансляции материала. Необходимо учитывать особенности применения манипулятивных стратегий и художественных приемов в рекламном тексте.

3. Разработайте синопсис рекламного клипа для выбранного вами продукта. Определите тип показа товара, сюжетную схему. Используйте в тексте манипулятивные техники и образительные метафоры. Пояснения по выполнению задания. При выполнении заданий необходимо продумать структуру создаваемых телетекстов, способ трансляции материала, учесть специфику аудитории и предлагаемого продукта.

4. Создать заголовки по следующей схеме: заголовок +выгода + уникальность+ указание конкретной услуги для целевой аудитории + временные рамки. Темы: Продажа квартир; Консалтинговые услуги; Новые брендовые духи; Организация праздников. Подготовка к аттестации.

5. Написать по 10 слоганов по каждому из перечисленных приемов: 1) Употребление цитаций или аллюзий. 2) Использование метафор. 3) Повтор. 4) Каламбур. 5) Юмор, ирония, сарказм. 6) Использование «ошибок» в тексте. 7) Обращение и призыв.

Использовать темы: 1) товар/услуга в рамках выполняемого годового проекта, 2) любая продуктовая торговая марка, 3) торговая марка бытовой техники, 4) слоган для компании, работающей на финансовом рынке.

6. Напишите небольшой рассказ о том, какие чувства испытывает ваш клиент, погрузив его в реальность, где он уже является собственником вашего товара или оказанной ему услуги. Изучите данные рекламные сообщения и изучите приемы прямого и скрытого воздействия. Перепишите этот текст и использованием нарративной модели.

7. Создание текстов с использованием следующих схем: «У клиента проблема, у нас решение», «Проблема – Агитация – Решение», «От возражений клиента».

8. Создание продающих текстов: Написать тексты объявлений о купле-продажа с использованием приемов: - возможное снижение цены, - гибкость условий и ваше желание идти навстречу покупателю, - подарок за срочность (ограниченный период времени), - предложение игры покупателям (вариант торга - например, найденный недостаток - скидка).

9. Описать ситуацию (ваш день, утро, день рожденья, свидание) с использованием только сильных глаголов (активный залог).

10. Описать ситуацию (ваш день, утро, день рожденья, свидание) просто и ясно, но динамично.

3. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.1)

1. Типовой сценарий клипа
2. Анализ и способы создания рекламного спота.
3. Объем и художественные приемы основного рекламного блока.
4. Проблема «вовлечения» получателя и запоминаемости текста.
5. Экспертиза и создание сценария звукового рекламного ролика
6. Опишите способы применения языковой игры в рекламе.
7. Критерии оценки работы копирайтера.
8. Виды продуктов спичрайтинга: речь, поздравительный текст, тезисы.
9. Технология спичрайтинга. Работа с ньюсмейкерами.
10. Правила и ошибки при создании продуктов спичрайтинга.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.2)

1. Напишите текст для аудиоролика. Хронометраж ролика ограничен 15, 20 или 30 секундами. Диктор без спешки способен произнести два слова за 1 секунду. Значит, сценарий 15-секундного ролика должен уложиться в 30 слов, 30-секундного – в 60. Прочитайте текст вслух с выражением. Оцените его восприятие. Разобрать на основе алгоритма.
2. Выберите одну из любимых вами художественных книг и используйте любой сюжет для написания текста рекламы по продвижению охранных систем.
3. Напишите текст в формате нативной рекламы в рамках своего проекта.

4. Приведите примеры следующих составляющих содержания, композиции, языкового выражения, а также функционирования PR-текстов:

- Кейс-стори.
- Легенда бренда.
- Пресс-релиз и новость.
- Байлайнер.
- Бэкграундер.
- Сценарий.
- Текст коммерческого предложения.

5. Как перечисленные ниже факторы влияют на стратегию рекламного обращения: тип товара, его реальные и символические свойства; стадия жизненного цикла товара; наличие/отсутствие отличительных характеристик товара; позиция товара в товарной категории и особенности конкурентной среды; особенности предшествующих рекламных кампаний товара; характеристики представителей целевой аудитории; доминирующие мотивы выбора товаров в данной товарной категории; возможные выгоды от приобретения товара и ранг их значимости для ЦА; условия восприятия рекламной информации, особенности коммуникативной среды; особенности рекламы конкурентов.

6. Приведите примеры рекламных сообщений по каждому параметру:

- Акцентирование образа жизни. Основное внимание уделяется определенному стилю жизни.
- Зарисовка с натуры. Чаще всего используется образ благополучной семьи, довольной предлагаемым товаром.
- Использование символического персонажа. Использование в рекламе вымышленного героя, с которым ассоциируется продукт.
- Фантазийная обстановка.
- Акцент на техническом или профессиональном опыте. В рекламе делается ссылка на мнение специалистов в различных областях.
- Создание настроения или образа.
- Мюзикл. Несколько персонажей поют песню о товаре, создают подобие маленького спектакля.
- Использование данных научного характера, различных исследований.
- Использование свидетельств в пользу товара. В рекламе показывают людей, довольных этим продуктом или услугой.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.3)

1. Для предложенного продукта и набора дескрипторов необходимо подобрать по 5 ассоциаций, которые бы могли стать основой для разработки названия продукта.

Продукт: премиальная минеральная вода в стекле, 0,33 л.

Дескрипторы: честность, эмоциональность, роскошь, высокое качество, натуральность.

2. Для предложенного продукта и набора дескрипторов необходимо подобрать по 5 ассоциаций, которые бы могли стать основой для разработки названия продукта.

Продукт: кредитная пластиковая карта для военнослужащих.

Дескрипторы: оперативность, надежность, патриотизм, выгода, инновационность.

3. Для предложенного названия продукта необходимо разработать по 1 слогану, делая ставку на один из следующих элементов:

- философия/легенда бренда (бренд одежды «Снежная королева»);
- преимущество в отдельных функциях/опциях (банк Тинькофф);
- демонстрация близости к ЦА (детский город профессий «КидБург»).

4. Оцените соответствие образцов рекламы, предоставленных преподавателем, моделям AIDA и AIDMA.

5. Определите особенности формы, содержания и структуры рекламных обращений (образцы предоставляются преподавателем).
6. Напишите рекламный текст и заголовок для печенья. Объем текста не должен превышать 100- 120 слов. Подумайте, какой текст может заставить человека пойти в магазин и заплатить деньги за коробку такого печенья, не пробуя его. Включите в текст образы связанные с пятью органами чувств. Ваша реклама должна привести к появлению новых потребителей печенья.
7. Разработайте листовку в соответствии с шаблоном Чишольма.