

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Выборнова Лариса Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 30.09.2026 10:31:19  
Уникальный программный ключ:  
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании

Высшей школы туризма и социальных технологий

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
(фонд оценочных средств)  
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«Спичрайтинг и копирайтинг»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе

бакалавриата

бакалавриата,  
специалитета, магистратуры

«Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель

Кораблева О.В. доцент, высшая школа туризма и социальных технологий, к.с.н., доцент

ФИО, должность, структурное подразделение,  
ученая степень, ученое звание

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

### 1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                                     | Код и наименование индикаторов достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-2            | Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта<br>ИПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта<br>ИПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br>ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде |
| ПК-3            | Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы    | ИПК-3.2. Использует современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**владеть навыками:**

- авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- навыками применения в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

**уметь:**

- создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;
- учитывать специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта в профессиональной деятельности;
- применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;
- применять современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью

**знать:**

- принципы и методы копирайтинга и спичрайтинга;
- правила орфографии, пунктуации, стилистики русского языка;
- основы внутренней поисковой оптимизации;
- технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте;
- содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента;
- специфику разных типов СМИ и других медиа, и мировой опыт;
- технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;
- инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;
- современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью;
- способы размещения и реализации коммуникационного продукта.

### 1.2. Содержание дисциплины

| № | Тема (раздел дисциплины)<br>(в соответствии с РПД)       | Компетенция  |
|---|----------------------------------------------------------|--------------|
| 1 | ТЕМА 1. ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СПИЧРАЙТИНГА И КОПИРАЙТИНГА | ПК-2<br>ПК-3 |
| 2 | ТЕМА 2. СПИЧРАЙТИНГ В АРСЕНАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ PR-ТЕХНОЛОГИЙ | ПК-2<br>ПК-3 |
| 3 | ТЕМА 3. КОПИРАЙТИНГ В СИСТЕМЕ РЕКЛАМНЫХ И PR-ТЕХНОЛОГИЙ  | ПК-2<br>ПК-3 |
| 4 | ТЕМА 4. ИНТЕРНЕТ-КОПИРАЙТИНГ                             | ПК-2<br>ПК-3 |

### 1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен.

| Шкала оценки уровня сформированности компетенций |                       | Шкала оценки уровня освоения дисциплины |                                                  |
|--------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Уровневая шкала оценки компетенций               | 100 балльная шкала, % | 100 балльная шкала, %                   | 5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл |
| Допороговый                                      | Ниже 61               | Ниже 61                                 | «Неудовлетворительно»                            |
| Пороговый                                        | 61-85,9               | 61-69,9                                 | «Удовлетворительно»                              |
|                                                  |                       | 70-85,9                                 | «Хорошо»                                         |
| Повышенный                                       | 86-100                | 86-100                                  | «Отлично»                                        |

## 2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

### Перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену

#### **ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта**

1. Спичрайтинг и ораторское искусство.
2. Аристотель и его риторика.
3. Цицерон «Об ораторском искусстве».
4. Квинтилиан и его «Наставления оратору».
5. Современное понятие спичрайтинга, сферы применения.
6. Правовые и этические основания современного спичрайтинга.
7. Устные и письменные речи в политических коммуникаций.
8. Устные и письменные речи в сфере бизнес-коммуникаций.
9. Сторителлинг как инструмент связей с общественностью.
10. Лучшие образцы спичрайтинга.
11. Понятие, сущность и разновидности копирайтинга.
12. Сферы применения.
13. Правовые и этические основания современного копирайтинга.
14. Рекламный текст как продукт копирайтинга.
15. Пресс-релиз как продукт копирайтинга.
16. Легенда бренда.
17. Рерайтинг.
18. Микротексты.
19. Нейминг.
20. Слоган.

#### **ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы**

21. Презентация.
22. Коммерческое предложение. УТП.
23. Каталог, буклет.
24. Сценарная основа рекламы.
25. SEO-копирайтинг и поисковая оптимизация.
26. Нативная реклама.
27. Тексты для сайтов.
28. Тексты для социальных сетей. SMM-копирайтинг.
29. Копирайтинг и конверсия.
30. Оформление продающих текстов.