

ОПИСАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ
«КОПИРАЙТЕР»

I. ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ

Название компетенции: Копирайтер (креативный копирайтер)

Возраст участников: 18-35 лет

Описание компетенции:

Компетенция представляет собой творческую деятельность по созданию креативных концепций, стратегий развития и популяризации бренда, а также написанию оригинальных статей и текстов для информационных и коммерческих целей. К креативному копирайтингу можно отнести следующие виды деятельности: создание оригинальных идей для формирования образа и продвижения бренда, разработка названия, легенды и слогана бренда, разработка тональности коммуникаций бренда, создание креативных концепций рекламных кампаний, написание сценариев для видео- и аудиорекламы, написание статей и постов для продвижения и популяризации бренда в социальных сетях.

Креативный копирайтер создает авторский уникальный контент самостоятельно, а также с помощью дизайнера или арт-директора. Если произведение создается в команде, то копирайтер должен уметь поставить задачу и принять результат работ у привлеченного специалиста.

Для того чтобы разработать стратегию коммуникаций, креативную концепцию или написать авторский текст, копирайтер использует данные собственного исследования, изучает источники, анализирует информацию/рынок/конкурентов/тренды, изучает ключевые тенденции, поведение потребителей, спрос и предложение, разрабатывает идеи бренда, выбирает каналы для продвижения.

Одна из основных задач копирайтера — сформировать положительный образ продукта, человека, компании или услуги.

Копирайтеру необходимо обладать широким спектром определенных качеств, умений и навыков:

- 1. Любознательность.** Предстоит изучить много новых тематик, читать много статей, вникать в подробности, так как копирайтер постоянно работает с новой информацией, погружается в разные отрасли. Чтобы делать это качественно и на выходе создавать полезный контент, человек должен быть заинтересован в изучении нового и в развитии своей общей эрудированности.
- 2. Креативность.** Посмотреть на привычные вещи под другим углом, чтобы заинтересовать целевую аудиторию, находить нестандартные эффективные решения. Результат деятельности копирайтера должен привлечь внимание и стимулировать к действию.
- 3. Аналитический склад ума, умение работать с большими объемами информации, цифрами, статистикой.** Для создания интересного, полезного и достоверного контента предстоит изучить большой информационный пласт, понять, какая информация актуальна, а какая — устарела и не представляет интереса для читателя.
- 4. Грамотность.** Недопустим текст с грамматическими, орфографическими, пунктуационными, лингвистическими и стилистическими ошибками.
- 5. Эмоциональный интеллект, понимание психологии читателя / потребителя, коммуникабельность.** Каждый текст/название/слоган должен быть создан для определенной целевой аудитории, с учетом возраста, проблемы, увлечения.
- 6. Системное мышление.** Понимание особенностей ситуации целиком, чтобы не упустить важные детали.

7. **Внимательность, усидчивость.** Предстоит много времени проводить за компьютером, так что внимательность — очень важна.
8. **Клиентоориентированность, работа с заказчиком, переговоры, презентации.** Предстоит определить потребность клиента, уметь работать с запросами потребителя и уважительно, бесконфликтно решать вопросы в свою пользу или достигать взаимовыгодного компромисса.
9. **Ответственность.** В этой отрасли много самозанятых профессионалов, которые должны самостоятельно выстраивать свой рабочий график, следить за дисциплиной. Для формирования своего имиджа очень важна ответственность, соблюдение дедлайнов, оговоренных с заказчиком.
10. **Навык управления.** Уметь собирать проектные команды, ставить задачи, мотивировать, контролировать и оценивать результат.
11. **Быстрая печать.** Предстоит писать много и регулярно, если этот навык не доведен до автоматизма, существуют риски невыполнения необходимого плана работы.
12. **Критическое мышление.** Умение отделять правду от вымысла, навык проверки фактов и выстраивания логики в повествовании.

Область профессиональной деятельности: брендинг, реклама, маркетинговые коммуникации, связи с общественностью (PR).

Требования к наличию профессионального образования (не является обязательным): желательно быть студентом или иметь диплом об окончании учебного заведения по специальности «Филология», «Связи с общественностью», «Реклама и PR», «Социология управления», «Маркетинг».

Требования к участникам:

1. Основные навыки (обязательные):
 - Умение собирать, анализировать и интерпретировать большие объемы неструктурированной информации;
 - Умение структурировать и обрабатывать материал, проверять факты;
 - Умение писать оригинальные тексты в информационных и коммерческих целях, в том числе для социальных сетей;
 - Умение исследовать, анализировать рынок и конкурентную среду;
 - Наличие широкого кругозора и умение системно настраивать текстовые связи между разными темами;
 - Умение придумывать и оформлять идеи, сценарии и концепции;
 - Умение разрабатывать стратегию продвижения бренда и знание инструментов продвижения;
 - Умение работать в режиме многозадачности;
 - Умение выстраивать эффективную коммуникацию и принимать управленческие решения;
 - Умение работать с различными целевыми аудиториями и знать их потребности;
 - Владение грамотной письменной и устной речью;
 - Знания в области психологии поведения потребителей;
 - Знания в области маркетинга, рекламы и PR;
 - Наличие творческого мышления;
 - Планирование организации рабочего процесса (тайм-менеджмент).
2. Дополнительные навыки:
 - Знание английского языка среднего продвинутого уровня (уровень B1+);
 - Владение различными стилями письменной речи;
 - Понимание особенности различных каналов коммуникации;

- Создание и управление информационными поводами;
 - Способность оценить привлекательность слоганов и названий для привлечения внимания целевой аудитории;
 - Умение разрабатывать рекламные сообщения (заголовки и основной текст);
 - Умение писать сценарии для различных видов рекламы (видео, аудио и др.);
 - Выстраивание деловых связей (нетворкинг).
3. Особые условия/требования:
- Бережное и тщательное оформление портфолио;
 - Готовность обучаться в процессе прохождения конкурса: читать, овладевать новыми навыками, учитывать комментарии Экспертов.

II. РЕАЛИЗАЦИЯ ЧЕМПИОНАТА

Чемпионат проходит в три этапа:

- **I этап. Отборочный.** Электронная регистрация участника на Портале Чемпионата, подача портфолио, прохождение онлайн-тестирования.
- **II этап. Квалификационный.** Выполнение практического задания (выполняется удаленно, с последующей загрузкой работ в Личный кабинет).
- **III этап. Финальный.** Выполнение практического задания. Этап состоит из нескольких модулей:

Модуль 1. Заочная подготовка задания (выполняется удаленно, с последующей загрузкой работ в Личный кабинет).

Модуль 2. Очная подготовка задания (на площадке проведения Финального этапа).

Модуль 3. Black box — специальное практическое задание, с условиями выполнения которого участник знакомится на конкурсной площадке и должен выполнить его в отведенный промежуток времени.

Модуль 4. Демонстрация и защита выполненной работы перед Экспертами и экспертными зрителями.

Актуальное расписание этапов публикуется на официальном сайте Чемпионата и в Личном кабинете участника на Портале Чемпионата. Порядок организации и проведения конкурсных процедур Чемпионата регулируется Положением о Чемпионате.

В основе соревнований по компетенциям лежит экспертная оценка.

Проверка знаний и умений осуществляется посредством:

— оценки имеющегося опыта работы, навыков и умений в соответствующей области деятельности Участника (портфолио);

— онлайн-тестирования, содержащего теоретические и практические вопросы;

— оценки выполнения практических конкурсных заданий на Квалификационном и Финальном этапах.

Требования к портфолио, вопросы тестирования, а также практические конкурсные задания разрабатываются Экспертной группой по компетенции совместно с методической группой и продюсерами Чемпионата.

Критерии оценки разрабатываются Экспертной группой по компетенции совместно с методической группой Чемпионата и зависят от конкурсного задания. Как правило, каждое задание оценивается по четырем-шести критериям.

При оценивании используется балльная шкала оценок. На каждый балл Экспертная группа определяет дескрипторы (признак/описание каждого балла).

Оценку по критериям осуществляет каждый член Экспертной группы по компетенции независимо друг от друга, после чего рассчитывается среднеарифметический балл.

Независимо от количества критериев максимально возможная сумма баллов за этап (после применения коэффициента нормирования) составляет:

- Отборочный этап — 100 баллов (в том числе максимально возможное количество баллов за портфолио — 60 баллов, за тестирование — 40 баллов);
- Квалификационный этап — 100 баллов;
- Финальный этап — 100 баллов (в том числе: модули 1 и 2 — 40 баллов; модуль 3 — 10 баллов; модуль 4 — 50 баллов).

Баллы за разные этапы не суммируются.

III. КОНКУРСНЫЕ ЗАДАНИЯ

ТРЕБОВАНИЯ К ПОРТФОЛИО ¹

О себе: ФИО, фото, ваши профессиональные интересы и увлечения. Каких целей вы хотите достичь благодаря участию в Чемпионате?

Формат представления — текст не более 1500 знаков, включая пробелы.

Видеовизитка (заполняется по желанию, но приветствуется Экспертами): указывается ссылка на видеовизитку, размещенная на внешнем источнике с открытым доступом (самопрезентация). Длительность — не более 1 минуты.

Формат представления — видео .mp4.

Профессиональные достижения (заполняется по желанию): сканы дипломов/сертификатов о профессиональном и/или дополнительном образовании, рекомендательные письма.

Формат представления — презентация .pdf или сканы дипломов/сертификатов.

Профессиональный опыт (заполняется по желанию): опишите ваш профессиональный опыт в области копирайтинга. Укажите текущее место работы или учебы (по желанию).

Формат представления — текст не более 2000 знаков, включая пробелы.

Примеры профессиональных работ и характеристики: необходимо представить примеры четырех работ, которые максимально демонстрируют ваши творческие способности и подтверждают навыки, необходимые для участия в конкурсе. Если работа(-ы) была(-и) реализована(-ы), то приложите активную ссылку с открытым доступом на проект (одна ссылка — одна работа):

1. Креативная концепция (не более 1000 знаков, включая пробелы).
Каждая работа должна содержать задачу, предмет маркетинга (бренд, услуга, компания и др.), целевую аудиторию, инсайт, описание идеи.
2. Слоган/заголовок/название бренда (не более трех).
3. Рекламное или информационное сообщение (не более трех) для социальных сетей.
4. Скрипт ролика (максимальный хронометраж — 30 секунд) или предложить пример своей работы, демонстрирующей ваш творческий потенциал,

¹ Ниже приведены требования к портфолио участника Чемпионата АртМастерс 2024 года.

на ваш выбор. Объем текста — не более 2000 знаков, включая пробелы. Сценарий, который подробно описывает происходящее в видео-, аудиоролике, а также содержит текст, который будет в нем звучать. Формат представления — презентация .pdf (до 15 страниц) или ссылки на реализованные работы вашего авторства.

ПРИМЕРЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ ²

КВАЛИФИКАЦИОННЫЙ ЭТАП

В рамках Квалификационного этапа Чемпионата АртМастерс 2023 года участникам было предложено на выбор два задания.

В ходе выполнения первого варианта задания участникам предстояло изучить материалы в брифе от Нижегородского государственного художественного музея, провести анализ целевой аудитории, сформулировать ключевую идею креативной концепции продвижения, описать и обосновать предложенную идею, продумать формат реализации концепции, разработать ключевой слоган и продумать идею для наружной рекламы с целью продвижения проекта «Посещение мероприятий Нижегородского государственного художественного музея по Пушкинской карте».

Второй вариант задание заключался в разработке креативной концепции, названия, слогана и идеи для рекламы с целью продвижения выставки «Волшебный мир зимних праздников» Нижегородского государственного историко-архитектурного музея-заповедника. Участникам предстояло изучить материалы, предоставленные в брифе от Нижегородского государственного историко-архитектурного музея-заповедника, провести анализ потенциальных участников проекта с выявлением барьеров, проблем, сформулировать ключевую идею креативной концепции продвижения, описать и обосновать предложенную идею, продумать формат реализации концепции, разработать название выставки и ключевой слоган для продвижения проекта и предложить варианты вспомогательных рекламных сообщений для омниканального продвижения.

Результатом выполнения задания стала презентация, отражающая выводы, полученные в ходе анализа, с обоснованием идеи креативной концепции, ключевого слогана для продвижения проекта и форматами реализации креативной концепции проекта.

Работа выполнялась заочно. Для дальнейшей оценки свои итоговые работы участники загружали в Личный кабинет на Портале Чемпионата.

При оценивании работ Экспертам было важно, чтобы участники продемонстрировали в работе аналитические навыки, позволяющие обосновать предложенную идею, а также креативный подход и возможности адаптации концепции под разные каналы коммуникации.

ФИНАЛЬНЫЙ ЭТАП

В рамках задания Финального этапа в 2023 году участникам компетенции «Копирайтер» предстояло разработать креативную концепцию продвижения туристических и экскурсионных программ проекта «Гжель — открытый код» в коллаборации с участниками компетенции «Графический дизайнер».

Подготовка к очному модулю началась с распределения (согласно жеребьевки) и знакомства участников компетенции «Копирайтер»

² Ниже приведены примеры конкурсных заданий Квалификационного и Финального этапов Чемпионата АртМастерс **2023 года**.

с участниками компетенции «Графический дизайнер», которые работали в паре над финальным заданием.

Участники самостоятельно исследовали открытые источники, изучали материалы от заказчика. Также для погружения в проект им был предоставлен видеоролик туристическо-образовательного кластера «Гжель — открытый код». На основе изученных материалов, участники разработали креативную концепцию продвижения проекта, направленную на решение указанной в брифе проблемы, описали идею и механику ее реализации, а также разработали дорожную карту для понимания реалистичности предложенной идеи, слоган и серию коммуникационных сообщений, составляли бриф на дизайн креативной концепции.

В ходе выполнения задания очного модуля участникам необходимо было подготовить презентацию проекта, в которой они представили цели и задачи проекта, проблемы и выводы, сделанные в результате исследования, описание креативной концепции продвижения проекта, а также описание и обоснование выгоды и креативных решений, разработанных совместно с участниками компетенции «Графический дизайнер».

Защита проектов прошла в Университете креативных индустрий (Universal University) совместно с участниками компетенции «Графический дизайнер» в формате питчинга перед экспертным сообществом.

IV. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Выполнение практического задания Квалификационного этапа и практического задания на заочном модуле Финального этапа не предполагает несения расходов Организатором.

Организатор осуществляет все расходы на организацию и проведение очных мероприятий Финального этапа.

Для проведения очных модулей Финального этапа на основании разработанного конкурсного задания Экспертной группой формируется инфраструктурный лист. Документ включает в себя всю инфраструктуру, оборудование и расходные материалы, которые необходимы для выполнения конкурсного задания и содержит пример данного оборудования и его четкие и понятные характеристики.

ТРЕБОВАНИЯ К КОНКУРСНОЙ ПЛОЩАДКЕ

На основе рекомендаций Экспертной группы с учетом содержания конкурсного задания Финального этапа Организатор осуществляет поиск и отбор конкурсной площадки, отвечающей всем требованиям, для выполнения задания, а также для демонстрации и защиты результатов финальных работ. Площадка(и) утверждается приказом Организатора и фиксируется в задании и инфраструктурном листе.

МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ УЧАСТНИКА

Решение о списке разрешенного и/или запрещенного к использованию участником на площадке личного оборудования и материалов принимает Экспертная группа по компетенции на основании разработанного конкурсного задания, утвержденного Организатором.

V. ПАРТНЕРЫ ИЗ ИНДУСТРИИ

С целью повышения практической значимости результатов конкурсных заданий для креативных индустрий, возможности масштабирования и применения их за рамками конкурса Организатор вправе привлекать партнеров из индустрии для участия в разработке конкурсных заданий.

Так, в разные годы проведения Чемпионата партнерами компетенции «Копирайтер» выступали: Московский театр «Школа современной пьесы», Общероссийская общественная организация «Российский Красный Крест», Общество с ограниченной ответственность «Гжель – открытый код».

Также партнеры могут привлекаться в качестве Экспертных зрителей с целью участия в независимой оценке результатов выполненного участником задания Финального этапа во время его демонстрации и защиты перед Экспертным сообществом.

VI. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Информация для участников публикуется на сайте Чемпионата и в Личном кабинете на Портале Чемпионата в соответствии с регламентом и графиком Чемпионата. Информация может включать:

- Описание компетенции;
- Конкурсные задания этапов;
- Список источников/литературы;
- Инструкция по охране труда и технике безопасности;
- Дополнительную информацию (при необходимости).