****

**КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ**

**«КОПИРАЙТИНГ»**

**Регионального этапа чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы» в 2026 г.**

Кемеровская область - Кузбасс

(субъект РФ)

2026 г.

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в которой установлены нижеследующие правила и необходимые требования владения профессиональными навыками для участия в соревнованиях по профессиональному мастерству.

**Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:**

[1. Основные требования компетенции 4](#__RefHeading___1)

[1.1. Общие сведения о требованиях компетенции 4](#__RefHeading___2)

[1.2. Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции «копирайтинг» 4](#__RefHeading___3)

[1.3. Требования к схеме оценки 10](#__RefHeading___4)

[1.4. Спецификация оценки компетенции 10](#__RefHeading___5)

[1.5. Содержание конкурсного задания 11](#__RefHeading___6)

[общая продолжительность конкурсного задания: 12ч. 11](#__RefHeading___7)

[1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания 11](#__RefHeading___8)

[1.5.2. Структура модулей конкурсного задания 12](#__RefHeading___9)

[2. Специальные правила компетенции 17](#__RefHeading___10)

[2.1. Личный инструмент конкурсанта 19](#__RefHeading___11)

[2.2.Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке 19](#__RefHeading___12)

[3. Приложения 19](#__RefHeading___13)

**ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

1. ФГОС – Федеральный государственный образовательный стандарт
2. ПС – Профессиональный стандарт
3. КЗ – Конкурсное задание
4. ИЛ – Инфраструктурный лист
5. ТК – Требования компетенции
6. ТЗ – Техническое задание
7. ИИ – искусственный интеллект
8. ВЧ – высокочастотные ключевые слова
9. СЧ – среднечастотоные ключевые слова
10. НЧ – низкочастотоные ключевые слова
11. ЦА – целевая аудитория
12. УТП – уникальное торговое предложение

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ

Требования компетенции (ТК) «Копирайтинг» определяют знания, умения, навыки и трудовые функции, которые лежат в основе наиболее актуальных требований работодателей отрасли.

Целью соревнований по компетенции является демонстрация лучших практик и высокого уровня выполнения работы по соответствующей рабочей специальности или профессии.

Требования компетенции являются руководством для подготовки конкурентоспособных, высококвалифицированных специалистов/рабочих и участия их в конкурсах профессионального мастерства.

В соревнованиях по компетенции проверка знаний, умений, навыков и трудовых функций осуществляется посредством оценки выполнения практической работы.

Требования компетенции разделены на четкие разделы с номерами и заголовками, каждому разделу назначен процент относительной важности, сумма которых составляет 100.

1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «КОПИРАЙТИНГ»

*Перечень видов профессиональной деятельности, умений знаний и профессиональных трудовых функций специалиста (из ФГОС/ПС/ЕТКС.) и базируется на требованиях современного рынка труда к данному специалисту*

*Таблица №1*

**Перечень профессиональных задач специалиста**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Раздел** | **Важность в %** |
| **1** | **Организация работы и техника безопасности**  **Специалист должен знать и понимать:**  - государственные стандарты по издательскому делу;  - государственные стандарты на термины, обозначения и единицы измерения;  - правовое и этическое регулирование медиа;  - нормы охраны труда, правила техники безопасности, личной санитарии и гигиены труда при работе за компьютерами;  - тайм-менеджмент;  - требования к охране здоровья и безопасности, применяемые к окружающей среде, оборудованию и материалам.  **Специалист должен уметь:**  - использовать нормативные правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность копирайтера;  - выбирать и использовать все оборудование и материалы безопасно и в соответствии с инструкциями производителя;  - выполнять требования по охране труда и технике безопасности;  - восстанавливать рабочее место до соответствующего состояния и порядка;  - определять дальнейший ход работы, грамотно распределять отведенное на выполнение задания время, создавать планы и систему планирования. | 4 |
| **2** | **Работа с документацией и межличностные отношения**  **Специалист должен знать и понимать:**  - Трудовое законодательство Российской Федерации;  - Законодательство Российской Федерации о  персональных данных;  - этические нормы при работе с заказчиками и коллегами;  - анализ потребностей и поведения пользователей для повышения эффективности коммуникаций.  - модели, разновидности и средства коммуникации, методы их использования;  - методы выявления потребностей, драйверов и барьеров потребления целевой аудитории;  - особенности речевых средств выразительности в различных моделях средств коммуникации;  - условия эффективного делового общения;  - принципы делового этикета;  **Специалист должен уметь:**  - работать с запросами, драйверами и барьерами потребления целевой аудитории, выявлять их, анализировать и генерировать на их основе креативы;  - использовать различные модели средств коммуникации;  - владеть инструментами креативного тайм-менеджмента для оптимального планирования, создания и выпуска;  - владеть современными методами письменной коммуникации, применять навыки эффективного делового общения;  - логически, верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь. | 11 |
| **3** | **Сбор и обработка информации**  **Специалист должен знать и понимать:**  - специфику системного мышления;  - методы анализа информационного поля;  - приемы сбора и анализа текстовой информации с использованием традиционных методов и современных информационных технологий;  - способы практического использования системы функциональных стилей речи;  - особенности сбора, анализа, систематизации и обработки информационного материала;  - аналитико-синтетическую переработку информации, методы работы с информацией;  - приемы и способы передачи информации;  - актуальные тенденции на рынке медиапродуктов;  - методы мониторинга СМИ и социальных медиа, по ключевым словам, связанным с темой конкурсного задания;  - основные виды информационной и визуальной переработки текста.  **Специалист должен уметь:**  - формировать список релевантных источников информации для последующего обозрения, используя принцип приоритетности;  - выполнять поисковую оптимизацию и адаптацию текстовых материалов;  - работать с большим объемом информации;  - грамотно формулировать запросы по заданной теме в сети Интернет;  - разрабатывать концепцию медиапродукта в соответствии с запросом целевой аудитории;  - собирать данные для проведения мониторингов;  - проводить мониторинг источников, используя навык анализа информационного поля;  - перерабатывать собранную текстовую информацию, выделять важные объективные факты, создавать структуру;  - владеть различными методами поиска информации в сети Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов);  - создавать библиографические ссылки. | **17** |
| **4** | **Специализированное программное обеспечение для обработки информации**  **Специалист должен знать и понимать:**  - особенности визуализации и трансформации различных видов информации;  - способы создания визуального графического контента, доступно отражающего содержание медиапродукта;  - технические средства обработки, сбора и хранения текстовой информации;  - специфику работы в поисковых системах, функциональные возможности популярных сервисов поиска;  - базовые системные программные продукты и пакеты прикладных программ (Microsoft Word/Excel или аналог);  - особенности работы с графическими редакторами (Adobe Illustrator / Adobe Photoshop / Adobe Experience Design / readymag или аналог).  **Специалист должен уметь:**  - доступно и в соответствии с нормами UX/UI дизайна визуализировать информацию различных видов;  - использовать компьютерные технологии при работе с текстами;  - применять компьютерные программы для обработки текста;  - структурировать текстовую информацию с обязательными элементами: заголовком, подзаголовками в текстовом редакторе Microsoft Word или аналогах;  - компилировать тексты, анализировать информационные материалы;  - выбирать подходящий тип визуализации информации;  - выполнять верстку, создание макетов, используя программы Adobe Illustrator / Adobe Photoshop /Adobe Experience Design / readymag или аналог; | **33** |
| **5** | **Литературное редактирование**  **Специалист должен знать и понимать:**  - корректорскую и редакторскую правки;  - нормы использования грамматических форм русского языка;  - нормы использования синтаксических единиц, пунктуационной грамотности;  - особенности редактирования текстов с применением основных приемов сокращения;  - способы моделирования грамотных и эстетических текстов, отвечающих запросам целевой аудитории;  - методы создания на основе стандартных методик, формул и действующих нормативов различных типов текстов;  - специфику редакторской работы над текстами разных жанров и видов;  - методику работы с фактическим материалом;  - методы оценки композиции различных видов текста;  - условия использования одного из видов редакторской правки;  - техническое редактирование, правила оформления элементов всех видов текста;  - специфику редакторского анализа;  - языково-стилистические особенности русского языка.  **Специалист должен уметь:**  - выполнять редакторскую и корректорскую правки текста, элементов текста;  - находить типичные нормативно-стилистические ошибки, использовать приемы их анализа и устранения;  - применять правила оформления текста и элементов текстовой информации;  - использовать различные функционально-смысловые типы и стили речи в зависимости от целевой аудитории;  - оформлять медиапродукцию в едином смысловом и композиционном стиле, используя принцип единообразия и применяя логические законы при конструировании текста;  - использовать логические и композиционные приемы редактирования текста;  - осуществлять стилистическую правку текста при сохранении его индивидуально-авторских особенностей;  - создавать креативный медиапродукт, соответствующий заданным параметрам: цели, формату, жанру, целевой аудитории;  - формировать и поддерживать авторский стиль. | **25** |
| **6** | **Охрана труда**  **Специалист должен знать и понимать:**  - принципы и нормы охраны труда, правила техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты;  - правила внутреннего трудового распорядка и требования по охране труда, действующие в организации;  - специальную терминологию и веб-этикет в сфере охраны труда;  - основы работы поисковых систем, способы поиска информации, методы работы с нормативными и законодательными документами;  - правила пожарной безопасности и ответственности за нарушение требований охраны труда.  **Специалист должен уметь:**  **-** оценивать условия труда, выявлять потенциально вредные и опасные факторы, проводить анализ профессиональных рисков и разрабатывать меры по их снижению;  - соблюдать правила внутреннего трудового распорядка и требования по охране труда, действующие в организации;  - использовать специальную терминологию и веб-этикет;  - формулировать чёткие и конкретные поисковые запросы для быстрого и точного нахождения необходимой информации в сети Интернет;  - соблюдать правила пожарной безопасности и ответственности за нарушение требований охраны труда. | **6** |
| **7** | **Бережливое производство**  **Специалист должен знать и понимать:**  - основные ценности бережливого производства, такие как ценность для потребителя, клиентоориентированность;  - основные принципы бережливого производства, такие как стратегическая направленность, визуализация и прозрачность, ориентация на создание ценности для потребителя.  **Специалист должен уметь:**  - определять ценность продукции или услуги с точки зрения конечного потребителя;  - ориентироваться на нужды и ожидания клиента;  - использовать инструменты визуализации;  - Постоянно совершенствовать процессы, ориентируясь на повышение эффективности, качества и удовлетворённости клиента. | **10** |

1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ

Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждых разделов компетенции, обозначенных в требованиях и указанных в таблице №2.

*Таблица №2*

**Матрица пересчета требований компетенции в критерии оценки**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий/Модуль** | | | | | | **Итого баллов за раздел ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ** |
| **Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ** |  | **A** | **Б** | **В** | **Г** |  |
| **1** | 1,5 | 1,5 | 1 | 0 | **4** |
| **2** | 3 | 1 | 2 | 5 | **11** |
| **3** | 4,75 | 0 | 8,25 | 4 | **17** |
| **4** | 8,5 | 3 | 3,5 | 18 | **33** |
| **5** | 2 | 18,25 | 1,25 | 3,5 | **25** |
| **6** | 1,25 | 1,25 | 3 | 0,5 | **6** |
| **7** | 0 | 0 | 4 | 0 | **4** |
| **Итого баллов за критерий/модуль** | | **21** | **25** | **23** | **31** | **100** |

1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

Оценка Конкурсного задания будет основываться на критериях, указанных в таблице №3:

*Таблица №3*

**Оценка конкурсного задания**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерий** | | **Методика проверки навыков в критерии** |
| **А** | **SEO-копирайтинг** | Оценивается актуальность и релевантность подобранных участником источников, их многообразие и качество. Проверяется степень раскрытия темы. Оценивается качество визуального наполнения и написанной статьи с учетом логики изложения и композиции. |
| **Б** | **Рерайтинг текста с правками** | Проверка применения и качества правок. Проверка на наличие орфографических и пунктуационных ошибок в соответствии с нормами русского языка. Проверка уровня композиционной целостности. |
| **В** | **Анализ целевой аудитории и составление контент-плана** | Проверка соответствия заданной теме. Оценка соответствия целевой аудитории. Оценка качества плана публикаций и подготовленного материала. |
| **Г** | **Генерация мультимедийного медиапродукта** | Проверка соответствия заданной теме. Проверка использования мультимедийных средств, интерактивных элементов и элементов навигации с учетом конкурсного задания. Оценка качества типографики. |

1.5. Содержание конкурсного задания

Общая продолжительность Конкурсного задания[[1]](#footnote-1): 12ч.

Количество конкурсных дней: 3 дня

Вне зависимости от количества модулей, КЗ должно включать оценку по каждому из разделов требований компетенции.

Оценка знаний конкурсанта должна проводиться через практическое выполнение Конкурсного задания. В дополнение могут учитываться требования работодателей для проверки теоретических знаний / оценки квалификации.

1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания

Конкурсное задание состоит из 4-х модулей, включает обязательную к выполнению часть (инвариант) — 3 модуля и вариативную часть — 1 модуль. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

Обязательная к выполнению часть (инвариант) выполняется всеми регионами без исключения на всех уровнях чемпионатов. Вариативная часть может подвергаться изменениям, в зависимости от потребностей региона в технологиях и специалистах.

В случае если ни один из модулей вариативной части не подходит под запрос работодателя конкретного региона, то вариативный(е) модуль(и) формируется(ются) регионом самостоятельно под запрос работодателя. Исключать вариативную часть из конкурсного задания запрещается. Допускается объединение вариативных модулей, однако общее время, отведенное на выполнение вариативного(ых) модуля(ей) и количество баллов в критериях оценки по аспектам не изменяются (Приложение 3. Матрица конкурсного задания).

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания

**Модуль А. SEO-копирайтинг (Инвариант)**

*Время выполнения модуля: 3 часа*

**Задания:**

Конкурсанту необходимо провести мониторинг интернет-ресурсов по теме ЛЕГЕНДЫ, определить целевую аудиторию, написать оригинальную статью объемом 3000–4000 знаков без пробелов с использованием заданных ключевых слов, оптимизированную для поисковых систем, подобрать визуализацию.

**Задачи:**

Результат мониторинга должен быть подготовлен в виде документа с информацией о целевой аудитории (пол, возраст, сфера занятости, интересы, болевые точки), статьей, перечисленными основными ключевыми словами и тематическими LSI-словами, предоставить перечень использованных источников.

**Требования к статье:**

1. Сбор и использование семантического ядра:

* Включить в текст основные ключевые слова и тематические LSI-слова естественным образом.
* Плотность ключевых слов — не более 2–3% для основных, 1–2% для LSI.

1. Структура текста:

* Заголовок с основным ключевым словом, отражающий суть статьи.
* Введение (100–150 слов) — постановка проблемы или вопроса, использование ключевых слов.
* Основная часть, разделённая на логические блоки с подзаголовками, содержащими ключевые слова и фразы.
* Использование врезок, цитат, списков, таблиц или инфографики для улучшения восприятия.
* Заключение (50–100 слов) с кратким подведением итогов и призывом к действию (CTA), где это уместно.

1. Уникальность и полезность:

* Текст должен быть уникальным (проверяется через сервисы антиплагиата, оригинальность не менее 30%).
* Контент должен быть информативным, отвечать на вопросы целевой аудитории и содержать экспертные данные, примеры или советы.

1. Оптимизация для поисковых систем:

* Использование ключевых слов в заголовках, первых 100 словах текста, метатегах (заголовок, описание) — если требуется.
* Естественное вхождение ключевых слов, без переспама.
* Чёткая и логичная структура, удобная для чтения и восприятия.

1. Технические требования:

* Отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок.
* Текст разбит на абзацы по 3–5 предложений.
* Использование переходных слов и фраз для связности текста.

**Требования к оформлению основного текста**

Шрифт – без засечек, кегль – 14; междустрочный интервал – 1,15; интервал между абзацами (после) – 10, выравнивание – по левому краю; абзацный отступ – нет.

**Требование к оформлению заголовков:** абзацный отступ – 1 см; кегль – 14; ориентация – по центру.

гарнитура – шрифт без засечек, полужирное начертание без точки на конце.

Ключевые слова в виде хештегов: 3-5 основных, 5-7 дополнительных LSI-фраз, визуализация: 1-3 элемента.

**Представление результатов работы**

Рабочие файлы (в электронном виде).

Работу сохранить под именем *Модуль А\_Рабочее место (номер рабочего места)*

**Модуль Б. Рерайтинг текста с правками (Инвариант)**

*Время выполнения модуля: 2 часа*

**Задания:**

Конкурсанту необходимо вычитать текст и выполнить редакторскую правку исходного текста. Текс предоставляется в электронном варианте, работа выполняется в режиме рецензирования. Правописание отключено.

**Задача:** выполнить комплексную переработку, которая включает в себя:

1. Рерайтинг: переписать текст, сохранив смысл, но изменив стиль, структуру и формулировки.
2. Правка-вычитка: исправить орфографические, пунктуационные, грамматические и стилистические ошибки.
3. Правка-сокращение: при необходимости уменьшить объём текста, убрав избыточные или повторяющиеся фразы, сохранив при этом полноту и информативность.
4. Правка-переделка и правка-обработка: улучшить логическую структуру, сделать текст более читабельным и привлекательным, добавить переходы между абзацами, убрать тавтологию, повысить выразительность.

**Требования к оформлению основного текста**

Шрифт – Times New Roman, кегль – 14; междустрочный интервал – 1; выравнивание – по ширине; абзацный отступ – 1,5 см, нумерация страниц внизу, по центру. Поля – обычные.

**Представление результатов работы**

Рабочие файлы (в электронном виде).

Работу сохранить под именем *Модуль Б\_Рабочее место (номер рабочего места)*

**Модуль В. Анализ целевой аудитории и составление контент-плана** **(Вариатив)**

*Время выполнения модуля: 3 часа*

**Задания:**

По предоставленному описанию продукта/услуги и информации о компании конкурсанту необходимо провести анализ ЦА для данного продукта/услуги, выбрать два сегмента, составить портрет, а также составить краткий контент-план для сайта или социальной сети на ближайший месяц.

**Задачи:**

1. Анализ целевой аудитории (ЦА):

* Определите основные сегменты целевой аудитории, выделив ключевые характеристики (демографические, географические, психографические, поведенческие).
* Опишите типичного представителя каждого сегмента (портрет клиента): возраст, пол, место проживания, интересы, хобби, ценности, образ жизни, потребности, боли, мотивации, отношение к продукту/услуге.
* Определите, какие задачи и цели ЦА пытается решить с помощью продукта или услуги.

1. Разработка контент-плана:

* Определите цели контент-плана.
* Предложите темы для контента, которые будут интересны и полезны целевой аудитории.
* Укажите форматы контента и каналы распространения.
* Составьте график публикаций на ближайший месяц (с указанием дат, тем и форматов контента).

**Представление результатов работы**

Рабочие файлы (в электронном виде).

Работу сохранить под именем *Модуль В\_Рабочее место (номер рабочего места)*

**Модуль Г. Генерация мультимедийного медиапродукта (инвариант)**

*Время выполнения модуля: 4 часа*

**Задания:**

Конкурсанту необходимо разработать эффективный, структурированный текст для лендинга согласно легенде, который чётко и быстро донесёт суть предложения, заинтересует целевую аудиторию, убедит посетителя совершить целевое действие (покупку, регистрацию, заявку и т.п.).

Конкурсанту необходимо сгенерировать яркий, цепляющий заголовок, отражающий суть продукта/услуги и его уникальное торговое предложение (УТП). Описать продукт/услугу, определить для кого предназначен продукт, предоставить отзывы, указать стоимость (скидки/бонусы), предоставить ответы на часто задаваемые вопросы, указать контактные данные.

Требования:

Лендинг разработать на платформе flexbe;

В текстовом документе прописать структуру лендинга, ЦА (пол, возраст, сфера занятости, интересы, болевые точки), указать ссылку на лендинг.

Текст лендинга перенести в текстовый документ.

**Представление результатов работы**

Рабочие файлы (в электронном виде).

Ссылка на лендинг в текстовом документе.

Работу сохранить под именем *Модуль Г\_Рабочее место (номер рабочего места)*

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ*[[2]](#footnote-2)*

Участники соревнований получают КЕЙС (Легенду). Образец легенды предоставляется ниже.

В кейсе прописывается вся необходимая информация о заказчике, цель обращения заказчика и другая дополнительная информация. На время выполнения модулей Участники сдают личные мобильные устройства Главному эксперту площадки. Участникам во время конкурса запрещены любые виды внешних коммуникаций, пользование любыми мессенджерами, использование сетевых папок. Участник конкурса, нарушивший правила коммуникаций во время работы, может быть отстранен от конкурса. Выполненный модуль сохраняется на носителе, определенном Главным экспертом и согласованным Менеджером компетенции. Конкурсанты и эксперты-наставники не могут общаться до окончания времени выполнения задания модуля, в том числе в перерыве на обед.

В конкурсном задании необходимо определить ЦА. К характеристикам ЦА относят демографические, географические, психографические и поведенческие — это основные категории признаков, по которым сегментируют и анализируют целевую аудиторию, чтобы лучше понять её потребности.

1. Демографические характеристики

Это базовые социально-статистические параметры, которые помогают определить, «кто» ваша аудитория:

* Возраст
* Пол
* Доход
* Образование
* Семейное положение

2. Географические характеристики

Определяют, «где» находится ваша аудитория:

* Страна, регион, город, район
* Климатические условия

3. Психографические характеристики

Отражают внутренние особенности и образ жизни аудитории:

* Интересы и хобби
* Ценности и убеждения
* Мотивации и предпочтения
* Образ жизни и социальный статус

4. Поведенческие характеристики

Связаны с поведением потребителей и их взаимодействием с продуктом или брендом:

* Частота и объем покупок
* Статус пользователя (новый, постоянный, потенциальный)
* Отношение к продукту (например, активный пользователь или разовый покупатель)

Под параметрами графики понимаются качество изображений 300 dpi, качество видео 1080, изображения, сгенерированные с использованием ИИ должны соответствовать реальному состоянию. Под качеством типографики понимается подбор шрифтов, которые легко читаются и соответствуют стилю лендинга, использование разных насыщенностей (толщины) для выделения заголовков и текста, размеры шрифтов и межстрочные интервалы обеспечивают комфортное чтение.

Под плотностью ключевых слов понимают показатель, который отражает, как часто определённое ключевое слово или фраза встречаются в тексте относительно общего количества слов. Выражается в процентах и рассчитывается по формуле:

\*100%

LSI-фразы — это тематически связанные с основным ключом слова и фразы (синонимы, близкие по смыслу).

ЛЕГЕНДА компании "КодТворцы"

Вдохновлённые желанием сделать технологии доступными и понятными каждому ребёнку, в 2015 году группа педагогов и IT-энтузиастов объединилась, чтобы создать особое образовательное пространство. Их миссия была ясна — помочь маленьким ученикам увидеть, что программирование — это не сложные строки кода, а увлекательное творчество и возможность создавать своё цифровое будущее.

Изначально "КодТворцы" начинали с маленьких курсов по визуальному программированию для детей 5-7 лет, где обучение строилось на игре и проектной деятельности, превращая первые шаги в программировании в весёлое приключение. Постепенно программа расширялась, охватывая более сложные языки и технологии для школьников постарше, развивая не только технические навыки, но и критическое мышление, логику и креативность.

Сегодня "КодТворцы" — это команда профессионалов, которые помогают детям воплощать идеи в код, создавать собственные игры, роботов и приложения. Мы верим, что обучение программированию должно вдохновлять и дарить уверенность в своих силах, а наш девиз — «Создаём будущее вместе».

С нами дети не просто учатся коду — они учатся мечтать, решать задачи и создавать своё цифровое завтра.

Цель: сообщить о продукте/услуге, привлечь новых слушателей курсов/программ, повысить продажи.

Далее следует описать конкретный продукт/услугу.

2.1. Личный инструмент конкурсанта

Нулевой - нельзя ничего привозить.

2.2.Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке

Наушники, ноутбук, телефон, USB-устройства, нейросети и средства ИИ для генерации текста, использование материалов иностранных статей.

3. Приложения

Приложение 1. Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания

Приложение 2. Матрица конкурсного задания

Приложение 3. Инструкция по охране труда по компетенции «Копирайтинг»

Приложение 4. Чек-лист компетенции

1. *Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом.* [↑](#footnote-ref-1)
2. *Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.* [↑](#footnote-ref-2)