****

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«РЕКЛАМА»

г.Красноярск 2023

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в котором 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 3](#_Toc124422965)

[1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ 3](#_Toc124422966)

[1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «РЕКЛАМА» 3](#_Toc124422967)

[1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ 9](#_Toc124422968)

[1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ 9](#_Toc124422969)

[1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) 11](#_Toc124422970)

[2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 19](#_Toc124422971)

[2.1. Личный инструмент конкурсанта 20](#_Toc124422972)

[3. Приложения 21](#_Toc124422973)

**ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

1. *РК – рекламная кампания*
2. *ТК – требования компетенции*
3. *СМИ – средства массовой информации*
4. *ЦА – целевая аудитория*
5. *УТП – уникальное торговое предложение*
6. *АКАР – Ассоциация коммуникационных агентств России*

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ

Требования компетенции (ТК) «Реклама» 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 «РЕКЛАМА»

ФГОС 42.02.01 Реклама. Специалист по рекламе (базовой подготовки) готовится к следующим видам деятельности:

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
2. Производство рекламной продукции.
3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Профессиональные стандарты и виды деятельности:

1. 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н

Вид деятельности: Организация и управление маркетинговой деятельностью

1. 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н

Вид деятельности: Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 629н

Вид деятельности: Создание и управление информационными ресурсами в сети Интернет

1. 11.013 «Графический дизайнер», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17.01.2017 № 40н

Вид деятельности: Дизайн объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

1. 11.010 «Фотограф», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.12.2014 № 1077н

Вид деятельности: Деятельность по созданию фотографического изображения с помощью специальных технических средств

Индустриальные стандарты АКАР выпуск 3 от 2017 года.

*Таблица №1*

**Перечень профессиональных задач специалиста**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Раздел** | **Важность в %** |
| 1 | **Организация труда, ОТ и ТБ**Специалист должен знать и понимать:* Правила и нормы охраны труда, безопасные методы работы
* Временные ограничения, действующие в отрасли
* Организацию рекламного дела
* Основы делового администрирования, маркетинга
* Методы планирования трудовой и проектной деятельности
* Основы организации делопроизводства
* Основы законодательства о труде

Специалист должен уметь:* Планировать свое рабочее время
* Планировать рабочее время вверенного коллектива или проектной группы
* Организовывать работы по реализации проектов
* Соблюдать правила ОТ и ТБ и контролировать следование им сотрудников в процессе трудовой деятельности
* Проводить работы по подготовке рабочих мест и площадок
 | 5% |
| 2 | **Пользование ПО и интернет-ресурсами**Специалист должен знать и понимать:* Порядок и правила доступа к сетевым ресурсам
* Программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей
* Возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей
* Виды сайтов, их возможности и варианты применения
* Требования к качественному функционированию сайтов

Специалист должен уметь:* Пользоваться облачными и сетевыми технологиями и хранилищами
* Загружать файлы и папки на сетевые диски
* Пользоваться удаленными хранилищами данных
* Использовать поисковые системы интернета
* Использовать технологии поисково-контекстной рекламы
* Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы
* Использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете
* Создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий
* Конвертировать файлы в нужные форматы
* Использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат
* Размещать рекламные материалы в социальных медиа
* Подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения
* Использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА
* Проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность
* Представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов
* Обеспечивать качественное функционирования сайта
 | 16% |
| 3 | **Креатив и качество разработки рекламного продукта** Специалист должен знать и понимать:* Важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании
* Правила оформления текстовых и графических документов
* Требования к оформлению рекламных носителей, в том числе текстовых и графических
* Структуру и базовые принципы рекламного сообщения
* Важность подбора и использования инсайта для РК
* Важность определения Уникального Торгового Предложения (УТП) при разработке РК
* Принципы поиска и подбора оригинального нейма и слогана
* Принципы творческого подхода к разработке элементов фирменного стиля

Специалист должен уметь:* Писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов
* Создавать графические материалы рекламного характера
* Находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА
* Разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов
* Создавать креативные инсайты
* Определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы
* Создавать оригинальный нейм
* Подбирать оригинальный слоган
* Создавать стильные качественные мудборды
* Создавать оригинальные и стильные логотипы
* Составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа
* Создавать оригинальные, современные по стилю сайты
* Разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику
* Использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов
* Повышать информационную наглядность сайтов
* Создавать оригинальные и современно оформленные электронные презентации
* Собирать и структурировать в презентациях весь необходимый массив информации
* Создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях
 | 28% |
| 4 | **Аналитические исследования**Специалист должен знать и понимать:* Основы маркетинга
* Методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития
* Способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды
* Принципы выбора каналов продвижения сообщения и торговой марки
* Аудитории различных социальных медиа

Специалист должен уметь:* Производить качественные аналитические исследования рынка
* Производить качественные аналитические исследования конкурентной среды
* Производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и требований целевых групп потребителей
* Анализировать тематику площадок в социальных медиа
* Оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках и группах в социальных сетях
 | 9% |
| 5 | **Разработка стратегии РК и эффективного продвижения**Специалист должен знать и понимать:* Принципы стратегического и оперативного планирования РК
* Логику и структуру плана рекламной кампании
* Логику и структуру медиаплана
* Виды поисковых запросов пользователей в поисковых системах интернета
* Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете
* Принципы функционирования современных социальных медиа

Специалист должен уметь:* Определять ключевые цели рекламной кампании
* Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК
* Составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды
* Формировать рекламную стратегию продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг
* Формировать план РК с учетом поставленных целей и задач
* Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения
* Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание
* Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки
* Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач
* Осуществлять медиапланирование
* Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)
* Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности
* Определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах предложенного бюджета
* Эффективно настраивать рекламную кампанию по поисковому продвижению для достижения максимальных KPI
* Эффективно настраивать таргетинговую рекламную кампанию для достижения максимальных KPI
 | 33% |
| 6 | **Профессиональные коммуникации и менеджмент**Специалист должен знать и понимать:* Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
* Отраслевую терминологию
* Формы и методы работы с персоналом, мотивации труда
* Важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
* Структуру брифа и требования к нему
* Важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля
* Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
* Требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией
* Технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов

Специалист должен уметь:* Осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний
* Преобразовывать требования заказчика в бриф
* Учитывать мнение заказчика при планировании РК
* Разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика
* Доводить информацию заказчика до ЦА
* Использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество
* Использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями
* Уметь организовывать и уверенно проводить публичные презентации
* Использовать приемы риторики при проведении публичных выступлений
* Использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием
* Проявлять артистизм для завоевания доверия и внимания аудитории
 | 9% |

## 1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ

Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждого раздела 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** |  | **А** | **Б** | **В** | **Г** | **Д** | **Е** | **Ж** | **З** | **И** |  |
| **1** | 0 | 0 | 1,6 | 0 | 0 | 1,6 | 0 | 0 | 1,8 | **5** |
| **2** | 1,7 | 0,8 | 1,6 | 2,6 | 2,5 | 1,2 | 2,1 | 3,1 | 0,4 | **16** |
| **3** | 0 | 1,0 | 5,1 | 5,5 | 5,4 | 2,3 | 2,4 | 2,2 | 4,1 | **28** |
| **4** | 7,9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,1 | 0 | **9** |
| **5** | 1,8 | 12,2 | 3,1 | 1,9 | 1,0 | 2,7 | 4,5 | 4,7 | 1,1 | **33** |
| **6** | 0,6 | 0 | 0,6 | 0 | 1,1 | 0,2 | 1,0 | 0,9 | 4,6 | **9** |
| **Итого баллов за критерий/модуль** | **12** | **14** | **12** | **10** | **10** | **8** | **10** | **12** | **12** | **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** |
| **1** | **Коммуникация с заказчиком. Составление брифа** | Оцениваются количественные и качественные показатели умения проводить аналитику рынка и составлять бриф с учетом результатов проведенного анализа. Дается экспертная оценка полноты рекламной кампании, ее соответствия поставленным целям и требованиям заказчика |
| **2** | **Планирование рекламной кампании и медиапланирование** | Оценивается план рекламной кампании, его наглядность, полнота и соответствие поставленным целям и решаемым задачам. Также оценивается эффективность предлагаемых решений и адекватность бюджета рекламной кампании (экспертная оценка и соответствие установленным в задании бюджетным рамкам). Дается экспертная оценка перспективам и эффективности представляемого плана рекламной кампании |
| **3** | **Разработка ключевых элементов рекламной кампании** | Оценивается креативность и эффективность основных идей и стратегических решений РК. Также оцениваются концептуальные решения разработки фирменного стиля, их оригинальность и соответствие задачам РК. Дается экспертная оценка перспективам планируемой рекламной кампании через принятые стратегические решения |
| **4** | **Копирайтинг** | Проверяется и оценивается умение составлять рекламные тексты с учетом их поискового продвижения. Оцениваются также структура текста, его оригинальность и соответствие достижению поставленных задач РК. Оценивается уникальность рекламного текста и его способность убедить клиента выполнить результативные действия |
| **5** | **Создание мини-сайта. SЕО** | Проверяется и оценивается умение создавать, публиковать и оптимизировать сайты с учетом их последующего контекстного и SMM-продвижения. Определяется соответствие выполнения задания установленным объективным критериям |
| **6** | **Разработка рекламных носителей** | Проверяется умение определять оптимальные носители, правильно выбирать каналы донесения рекламной информации с учетом бюджетных возможностей и анализа ЦА. Дается экспертная оценка перспективам и эффективности разработанных рекламных носителей |
| **7** | **Поисковая реклама** | Проверяется владение основными инструментами поискового продвижения, а также навыками организации эффективной РК в Яндекс.Директ/GoogleAds. Дается экспертная оценка предполагаемой эффективности поисковой РК |
| **8** | **SММ-продвижение** | Оценивается правильность выбора каналов продвижения в социальной сети с точки зрения попадания в ЦА. Рассматриваются вопросы эффективности и правильности принятой стратегии продвижения в выбранных социальных сетях, оценивается умение организовывать таргетинговые рекламные кампании в социальных сетях |
| **9** | **Создание и проведение презентации** | Оценивается умение разрабатывать оригинальный дизайн электронной презентации и заполнение презентации нужным контентом. Также оценивается наглядность, структура и полнота электронной презентации.Отдельно оцениваются навыки проведения презентации, артистизм, вопросы влияния на мнение аудитории и умение добиваться правильной подачи информации и завоевания внимания аудитории и ее поддержки |

**1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ**

Общая продолжительность Конкурсного задания[[1]](#footnote-1): 20 ч.

Количество конкурсных дней: 3 дня

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

Оценка знаний участника 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**

[**https://disk.yandex.ru/i/\_9qi8FmxYkgIxQ**](https://disk.yandex.ru/i/_9qi8FmxYkgIxQ)

Конкурсное задание состоит из девяти модулей, включает обязательную к выполнению часть (константа) – 6 модулей, и вариативную часть – 3 модуля. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

Обязательная к выполнению часть (константа) выполняется всеми регионами без исключения на всех уровнях чемпионатов.

Вариативные модули обязательны к исполнению. Содержание модулей из вариативной части, выбирается регионом самостоятельно в зависимости от материальных возможностей площадки соревнований и потребностей работодателей региона в соответствующих специалистах.

*Таблица №4*

**Матрица конкурсного задания**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Обобщенная трудовая функция | Трудовая функция | Нормативный документ/ЗУН | Модуль | Константа/вариатив | ИЛ | КО |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Коммуникация с заказчиком | Составление брифа | ФГОС 42.02.01 | А | Константа | Общий | Общий |
| Планирование рекламной капании | Разработка медиаплана | ФГОС 42.02.01 | Б | Константа | Общий | Общий |
| Разработка ключевых элементов РК | Поиск идей и элементов РК | ФГОС 42.02.01 | В | Константа | Общий | Общий |
| Разработка рекламных текстов | Копирайтинг | ФГОС 42.02.01 | Г | Вариатив | Общий | Общий |
| Создание и публикация сайтов. SEO | Создание минисайта | ПС 06.043 | Д | Константа | Общий | Общий |
| Разработка рекламных носителей | Создание рекламных носителей | ПС 11.013ФГОС 42.02.01 | Е | Вариатив | Общий | Общий |
| Рекламное продвижение в интернете | Настройка контекстной рекламы | ПС 06.043 | Ж | Константа | Общий | Общий |
| SMM-продвижение  | Настройка таргетинговой РК | ПС 06.043 | З | Вариатив | Общий | Общий |
| Создание презентации | Создание презентации.Проведение презентации | ФГОС 42.02.01 | И | Константа | Общий | Общий |

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)

**Модуль А. Коммуникация с заказчиком. Составление брифа (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут

Описание задания:

* Заполнение Формы\_А и размещение ее в папке Модуль\_А
* Определение целей рекламной кампании (РК)
* Проведение анализа рынка
* Проведение анализа конкурентной среды
* Определение и описание целевой аудитории (ЦА)
* Определение конкурентных преимуществ заказчика
* Создание брифа в табличной форме

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие в папке Модуль\_А файла Форма\_А.pdf
* Наличие в Форме\_А брифа
* Бриф выполнен в виде таблицы
* Наличие в брифе информации о компании,
* Наличие в брифе информации о продвигаемом товаре/услуге
* Наличие в брифе описания целей (цели) РК
* Наличие в Форме\_А анализа рынка
* Наличие в Форме\_А анализа конкурентной среды
* Наличие в брифе информации о ЦА
* Наличие в брифе информации о конкурентных преимуществах Заказчика

**Модуль Б. Планирование рекламной кампании (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 3 часа

Описание задания:

* Заполнение Формы\_Б и размещение ее в папке Модуль\_Б
* Определение задач рекламной кампании (РК)
* Разработка плана рекламной кампании в соответствии с поставленными целями и задачами
* Определение перечня способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги
* Распределение рекламного бюджета
* Разработка медиаплана на основе составленного плана РК
* Разработка графика подачи рекламы
* Указание потенциальных способов оценки эффективности РК

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие в папке Модуль\_Б файла Форма\_Б.pdf
* Наличие в Форме\_Б конкретных задач рекламной кампании
* Наличие в Форме\_Б плана рекламной кампании
* План рекламной кампании выполнен в табличном виде
* Наличие в Форме\_Б перечня способов и каналов продвижения
* Наличие в Форме\_Б рекламного бюджета
* Наличие в Форме\_Б медиаплана
* Наличие в медиаплане графика подачи рекламы
* Наличие в Форме\_Б перечня способов оценки эффективности каналов продвижения

**Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут

Описание задания:

* Заполнение Формы\_В и размещение ее в папке Модуль\_В
* Выделение идеи рекламной кампании на основе анализа конкурентной среды и целевой аудитории (ЦА)
* Выделение инсайта/УТП/оффера (по выбору) для рекламной кампании
* Разработка нейма и тестирование его на оригинальность
* Разработка слогана кампании и тестирование его на оригинальность
* Первичная визуализация идеи посредством мудборда
* Создание логотипа
* Выключение компьютера по окончании работ
* Выключение питания (например, сетевого фильтра) по окончании работ

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие файла Форма\_В.pdf в папке Модуль\_В
* Наличие в Форме\_В идеи РК
* Наличие в Форме\_В инсайта/УТП/оффера (по выбору)
* Наличие нейма в Форме\_В
* Наличие слогана в Форме\_В
* Наличие мудборда в Форме\_В
* Наличие логотипа в Форме\_В
* Наличие в Форме\_В скриншотов, подтверждающих оригинальность нейма
* Наличие в Форме\_В скриншотов, подтверждающих оригинальность слогана
* Наличие файла Мудборд.pdf в папке Модуль\_В
* Компьютер по окончании работ выключен
* Электропитание на рабочем месте, например, сетевой фильтр, по окончании работ выключено

**Модуль Г. Копирайтинг (вариатив)**

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут

Описание задания:

* Заполнение Формы\_Г и размещение ее в папке Модуль\_Г (инварианта)
* Подбор ключевых слов с максимальными показами по тематике (не менее 8 словосочетаний) (инварианта)
* Текст 1. Составление текста рекламного сообщения для сайта объемом не менее 400 знаков с выделенными ключевыми словами (не менее 8 словосочетаний) (Инварианта)
* Текст 2. Составление оригинального рекламного текста для ATL-продвижения (Вариатив):
	+ - для журнала
		- для газеты
* Текст 3. Составление оригинального рекламного текста для SMM-продвижения (Вариатив):
	+ - Информационная статья 1200 символов
		- Нативная статья 1200 символов
		- Развлекательная статья 1200 символов
* Написание дополнительного рекламного текста\_4 по самостоятельному выбору канала продвижения
* Проверка текстов на оригинальность/уникальность

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие файла Форма\_Г.pdf в папке Модуль\_Г
* Наличие в Форме\_Г не менее 8 ключевых слов и словосочетаний
* Наличие в Форме\_Г рекламного текста\_1 для сайта в 400+ знаков
* Наличие в рекламном тексте\_1 выделенных ключевых слов (не менее 8)
* Наличие в Форме\_Г скриншотов с подтверждением эффективности ключевых слов по максимальным показам
* Наличие в Форме\_Г оригинального рекламного текста\_2 для ATL- продвижения
* Наличие в Форме\_Г оригинального рекламного текста\_3 для SMM- продвижения
* Наличие в Форме\_Г дополнительного рекламного текста\_4
* Наличие в Форме\_Г скриншотов с подтверждением оригинальности/уникальности текста\_1
* Наличие в Форме\_Г скриншотов с подтверждением оригинальности/уникальности текста\_2
* Наличие в Форме\_Г скриншотов с подтверждением оригинальности/уникальности текста\_3
* Наличие в Форме\_Г скриншота с подтверждением оригинальности текста\_4

**Модуль Д. Создание мини-сайта. SЕО (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 2 часа

Описание задания:

* Заполнение Формы\_Д и размещение ее в папке Модуль\_Д
* Наполнение сайта (контент)
* Публикация мини-сайта в интернете
* Оптимизация макета для SЕО-продвижения (по заданию)

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие в папке Модуль\_Д файла Форма\_Д.pdf
* Наличие в файле Форма\_Д.pdf линка на опубликованный сайт
* Открытие сайта по указанной ссылке
* Наличие в мини-сайте элементов анимации
* Наличие в мини-сайте рекламного текста\_1 из предыдущего модуля (с ключевыми словами)
* Наличие в мини-сайте графики
* Наличие в мини-сайте инфографики
* Наличие у сайта 3-х и более страниц или разделов меню
* Наличие у сайта ссылок на 2 и больше известных тематических ресурсов (веб-сайты)
* Наличие у сайта рабочей текстовой ссылки (линк) на тематический ресурс в соцсетях
* Наличие у сайта работающих пиктограмм-ссылок на тематические социальные сети (2 и более ссылки)
* Наличие у сайта указания активной локации (адрес, карта)
* Наличие у сайта работающего инструмента целевого действия (например, кнопки)
* Наличие у сайта формы обратной связи или лидогенерации

**Модуль Е. Разработка рекламных носителей (вариатив)**

*Время на выполнение модуля* 2 часа 30 минут

Выбор рекламных носителей\_1,\_2 и дополнительного носителя\_3 осуществляется с учетом регионального компонента и под материалы, разработанные в Модуле Г. Копирайтинг.

Описание задания:

* Заполнение Формы\_Е и размещение ее в папке Модуль\_Е
* Разработка перечня необходимых рекламных носителей с кратким обоснованием
* Разработка макетов 2-х рекламных носителей с использованием материалов из Модуля\_Г и Модуля\_Д (ссылка на опубликованный сайт)
* Разработка макета дополнительного рекламного носителя
* Визуализация рекламных носителей с помощью мокапов (по числу носителей)
* Размещение макетов носителей в папке Модуль\_Е в pdf-формате
* Выключение компьютера по окончании работ
* Выключение питания (например, сетевого фильтра) по окончании работ

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие в папке Модуль\_Е файла Форма\_Е.pdf
* Наличие в Форме\_Е перечня необходимых рекламных носителей
* Наличие в Форме\_Е краткого обоснования выбора рекламных носителей
* Наличие в Форме\_Е рекламного носителя\_1
* Наличие в Форме\_Е рекламного носителя\_2
* Наличие в Форме\_Е дополнительного рекламного носителя\_3
* Наличие в Форме\_Е мокапа для носителя\_1
* Наличие в Форме\_Е мокапа для носителя\_2
* Наличие в папке Модуль\_Е файла Носитель\_1.pdf с макетом рекламного носителя\_1
* Наличие в папке Модуль\_Е файла Носитель\_2.pdf с макетом рекламного носителя\_2
* Наличие в папке Модуль\_Е файла Носитель\_3.pdf с макетом рекламного носителя\_3
* Наличие хотя бы в одном из носителей QR-code с линком на опубликованный сайт
* Компьютер по окончании работ выключен
* Электропитание на рабочем месте, например, сетевой фильтр, по окончании работ выключено

**Модуль Ж. Поисковая реклама (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут

Выбор инструментов и методов настройки поисковой рекламы осуществляется с учетом регионального компонента.

Описание задания:

* Заполнение Формы\_Ж и размещение в папке Модуль\_Ж
* Организация и настройка рекламной кампании по контекстному продвижению сообщения о продукте/услуге (без старта РК)
* Подбор ключевых слов (не более 4-х, можно из Модуля\_Г)
* Предварительная оценка эффективности выбранных ключевых слов на показы
* Заполнение формы рекламного сообщения (заголовок, подзаголовок, текст) с использованием ключевых слов

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие файла Форма\_Ж.pdf в папке Модуль\_Ж
* Наличие в Форме\_Ж перечня ключевых слов (не менее 4-х)
* Наличие в Форме\_Ж скриншота с подтверждением эффективности ключевых слов по числу показов
* Наличие в Форме\_Ж скриншота рекламного объявления в Яндекс.Директ или РСЯ
* Наличие идеи/УТП/оффера в заголовках рекламного объявления
* Наличие в тексте объявления не менее 4 ключевых слов (словосочетаний)
* Наличие в объявлении контактов (адрес или телефон)
* Наличие в Форме\_Ж подтверждения территориальной выборки в рекламной кампании (скриншот)
* Наличие в объявлении ссылки на созданный сайт
* Наличие в Форме\_Ж скриншотов с основными настройками РК поисковой рекламы
* Наличие в Форме\_Ж скриншота с предварительной оценкой стоимости ключевых слов

**Модуль З. SММ-продвижение (вариатив)**

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут

Выбор социальной сети осуществляется с учетом регионального компонента.

Описание задания:

* Заполнение Формы\_З и размещение ее в папке Модуль\_З
* Составление перечня из не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора
* Подготовка статьи по продвигаемой тематике для публикации в социальных сетях (вариатив). Можно брать из Модуля\_Г:
	+ - нативной статьи для публикации в социальных медиа
		- информационная статья
		- развлекательная статья
* Публикация статьи в социальных медиа
* Настройка таргетингового продвижения сайта в социальных медиа
* Краткое описание стратегии (настроек) продвижения сообщения в социальных медиа и обоснование выбора KPI (включая расходную составляющую)

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие файла Форма\_З.pdf в папке Модуль\_З
* Наличие в Форме\_З рекомендации не менее 3-х подходящих каналов в социальных медиа с обоснованием выбора
* Наличие в Форме\_З нативной статьи для размещения в социальной сети (можно из Модуля\_Г, можно с доработкой)
* Наличие в Форме\_З ссылки на публикацию нативной статьи в соц.сетях
* Наличие в Форме\_З скриншота таргетингового сообщения
* Наличие в Форме\_З скриншота с настройками таргетингового продвижения сайта
* Наличие в таргетинговом сообщении ссылки на опубликованный сайт
* Наличие в Форме\_З данных, по предварительной оценке эффективности продвижения в SMM (показатели KPI: например, охваты, частота и количество показов, количество переходов и т.д.) со стоимостными оценками бюджета продвижения

**Модуль И. Создание и проведение презентации**

*Время на выполнение модуля* 5 часов

Описание задания:

* Размещение файла Презентация в папке Модуль\_И
* Подготовка электронной презентации о ходе разработки РК (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией результатов работы по всем модулям
* Публичное проведение презентации проекта РК
* Выключение компьютера по окончании работ
* Выключение питания (например, сетевого фильтра) по окончании работ

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие файла Презентация в папке Модуль\_И
* Использование в презентации элементов анимации или видео (например, GIF) без учета "наплывов" слайдов и перемещающихся текстов
* Использование в презентации графиков/инфографики
* Использование материалов из Модулей А, Б, В, Г
* Использование материалов из Модулей Д, Е, Ж, З
* Выход на защиту
* Соблюдение установленного (временного) регламента защиты
* Все элементы презентации продемонстрированы в полном объеме
* Компьютер по окончании работ выключен
* Электропитание на рабочем месте, например, сетевой фильтр, по окончании работ выключено

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

Содержанием конкурсного задания являются основные направления рекламной деятельности: коммуникации с заказчиком, ключевые элементы рекламной кампании и её планирование, создание графики и инфографики, разработка рекламной кампании в СМИ, разработка мини-сайтов и их публикация, организация рекламных кампаний по контекстному продвижению и продвижению в социальных сетях, создание и проведение презентаций.

Участники соревнований получают КЕЙС. Кейс разрабатывается регионом самостоятельно в зависимости от материальных возможностей площадки соревнований и потребностей работодателей региона в соответствующих специалистах.

В кейсе прописывается вся необходимая информация о заказчике, рекламируемом продукте/услуге, цель обращения заказчика, бюджет рекламной кампании и его фрагментация по каналам рекламы (если требуется). Также оговаривается срок рекламной кампании и другая дополнительная информация.

Конкурсное задание имеет девять модулей, выполняемых последовательно. Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты оговариваются в задании по каждому модулю.

В начале работы над заданием модуля главный эксперт предоставляет доступ к форме, которую участник должен заполнить результатами выполнения модуля (кроме Модуля\_И, где формы нет).

Заполненную форму и другие результаты работы над модулем участник должен загрузить в сетевую папку до срока окончания модуля.

Месторасположение сетевой папки главный эксперт указывает в начале работы над модулем в первый день соревнования.

Перечень результатов работ/оцениваемых объектов указывается в задании для каждого модуля отдельно.

Время выгрузки результатов участником в сетевую папку фиксируется экспертами. Несвоевременная выгрузка результатов участником в сетевую папку наказывается штрафными баллами.

Участник конкурса, не выполняющий требования техники безопасности, подвергающий опасности себя или других конкурсантов, может быть отстранен от конкурса.

Время и детали конкурсного задания в зависимости от конкурсных условий могут быть изменены членами жюри. Общее время на выполнение задания – 20 часов (3 дня).

Конкурсное задание должно выполняться помодульно от Модуля\_А до Модуля\_И. Оценка результатов производится помодульно в той же последовательности.

2.1. Личный инструмент конкурсанта

Конкурсанты используют только инструменты, предоставляемые площадкой. Запрещено использование экспертами и участниками на площадке оборудования, не указанного в ИЛ.

**2.2.Материалы, оборудование, сервисы и инструменты, запрещенные на площадке.**

|  |  |
| --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование запрещенного оборудования** |
| **1** | **2** |
| 1. | Любые USB-устройства |
| 2. | Любые устройства мобильной связи (мобильные телефоны, iPod и т.д.) |
| 3. | Любые устройства радиосвязи |
| 4. | Любые устройства интернет-связи |
| 5. | Любые виды электронной памяти |
| 6. | Любые нерегламентированные виды памяти и записи |
| 7. | Любые нерегламентированные справочники и книги |
| 8. | Любые аудио устройства, кроме оговоренных ИЛ |
| 9. | Любые видео устройства, кроме оговоренных в ИЛ |
| 10. | Любые переговорные устройства |
| 11.  | Любые нейросети и другие формы ИИ |
| 12.  | Любые аккаунты, созданные до и после дня Д-1 |

3. Приложения

Приложение №1 Инструкция по заполнению Матрицы

<https://disk.yandex.ru/i/NvmUG7apbgLXmg>

Приложение №2 Матрица

<https://disk.yandex.ru/i/_9qi8FmxYkgIxQ>

Приложение №3 Критерии оценки (общие для модулей-констант и для инвариантных модулей)

<https://disk.yandex.ru/i/eMZqzxzu2OG7Yg>

Приложение №4 Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции «Реклама».

<https://disk.yandex.ru/i/H2C9WF6vNd42zg>

Приложение №5 Формы для выполнения модулей

<https://disk.yandex.ru/i/re1xVj2jn3Q3Ig>

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)