|  |  |
| --- | --- |
| Разработано главным экспертом по компетенции«Реклама»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(подпись) (ФИО главного эксперта) | СОГЛАСОВАНОИндустриальный эксперт /С.Ю. Горлов(подпись) (ФИО) |
|  | Менеджер компетенции /И.В. Павлов(подпись) (ФИО) |

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«РЕКЛАМА»

2024 г.

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 4](#_TOC_250002)
	1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ 4
	2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ

«РЕКЛАМА» 4

* 1. [ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ 10](#_TOC_250001)
	2. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ
	3. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ 10
		1. Разработка конкурсного задания 13
		2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) 15
1. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 24
2. [ПРИЛОЖЕНИЯ 25](#_TOC_250000)

**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*

# ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

* + 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. **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.

# Перечень профессиональных задач специалиста

*Таблица №1*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ 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
 | 16% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 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
 |  |
| 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
 | 28% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | * 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
 |  |
| 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
 | 33% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | * 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
 |  |
| 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
 | 9% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | * 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
 |  |

# 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****ТРЕБОВАНИ Й****КОМПЕТЕН ЦИИ** |
| **Раздел ы ТРЕБО ВАНИЙ КОМП ЕТЕНЦ ИИ** |  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** |  |
| **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. **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. **КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ**

Возрастной ценз: Студенты колледжей.

Общая продолжительность Конкурсного задания1: 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. **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) – 9 модулей. 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.

1 *Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом.*

*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 11.013 ФГОС 42.02.01 | Е | Вариатив | Общий | Общий |
| Рекламноепродвижение в интернете | Настройка контекстной рекламы | ПС 06.043 | Ж | Константа | Общий | Общий |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| SMM-продвижение | Настройка таргетингово й РК | ПС 06.043 | З | Вариатив | Общий | Общий |
| Созданиепрезентации | Созданиепрезентации. Проведение презентации | ФГОС 42.02.01 | И | Константа | Общий | Общий |

* + - 1. **Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) Модуль 1. Коммуникация с заказчиком. Составление брифа (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут Описание задания:

* + - * + Заполнение Формы\_1 и размещение ее в папке Модуль\_1
				+ 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\_1 файла Форма\_1.pdf
				+ Наличие в Форме\_1 брифа в табличном виде
				+ Наличие в брифе информации о компании, продвигаемом товаре/услуге
				+ Наличие в брифе описания целей (цели) РК
				+ Наличие в Форме\_1 анализа рынка
				+ Наличие в Форме\_1 анализа конкурентной среды
				+ Наличие в брифе информации о ЦА
				+ Наличие в брифе информации о конкурентных преимуществах Заказчика

# Модуль 2. Планирование рекламной кампании (инварианта)

*Время на выполнение модуля* 3 часа Описание задания:

* + - * + Заполнение Формы\_2 и размещение ее в папке Модуль\_2
				+ 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\_2 файла Форма\_2.pdf
				+ Наличие в Форме\_2 конкретных задач рекламной кампании
				+ Наличие в Форме\_2 плана рекламной кампании (табличная форма)
				+ Наличие в Форме\_2 перечня способов и каналов продвижения
				+ Наличие в Форме\_2 рекламного бюджета с распределением рекламных статей
				+ Наличие в Форме\_2 медиаплана
				+ Наличие в медиаплане графика подачи рекламы
				+ Наличие в Форме\_2 перечня способов оценки эффективности каналов продвижения

# Модуль 3. Разработка ключевых элементов рекламной кампании (инварианта)

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут Описание задания:

* + - * + Заполнение Формы\_3 и размещение ее в папке Модуль\_3
				+ 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\_3.pdf в папке Модуль\_3
				+ Наличие в Форме\_3 идеи РК
				+ Наличие в Форме\_3 инсайта/УТП/оффера (по выбору)
				+ Наличие нейма в Форме\_3
				+ Наличие слогана в Форме\_3
				+ Наличие мудборда в Форме\_3
				+ Наличие логотипа в Форме\_3
				+ Наличие в Форме\_3 скриншотов, подтверждающих оригинальность нейма
				+ Наличие в Форме\_3 скриншотов, подтверждающих оригинальность слогана
				+ Наличие файла Мудборд.pdf в папке Модуль\_3
				+ Компьютер по окончании работ выключен
				+ Электропитание на рабочем месте, например, сетевой фильтр, по окончании работ выключено

**Модуль 4. Копирайтинг (вариатив)** *Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут Описание задания:

* + - * + Заполнение Формы\_4 и размещение ее в папке Модуль\_4

(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

свободный выбор от региона

* + - * + Текст 3. Составление оригинального рекламного текста для SMM- продвижения (Вариатив):

Информационная статья 1200 символов

Нативная статья 1200 символов

Развлекательная статья 1200 символов

Региональная тематика 1200 символов

* + - * + Написание дополнительного рекламного текста\_4 по региональной тематике и самостоятельному выбору канала продвижения
				+ Проверка текстов на оригинальность/уникальность Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
				+ Наличие файла Форма\_4.pdf в папке Модуль\_4
				+ Наличие в Форме\_4 не менее 8 ключевых слов и словосочетаний
				+ Наличие в Форме\_4 рекламного текста\_1 для сайта в 400+ знаков
				+ Наличие в рекламном тексте\_1 выделенных ключевых слов (не менее 8)
				+ Наличие в Форме\_4 скриншотов с подтверждением эффективности ключевых слов по максимальным показам

Наличие в Форме\_4 оригинального рекламного текста\_2 для ATL- продвижения

* + - * + Наличие в Форме\_4 оригинального рекламного текста\_3 для SMM- продвижения
				+ Наличие в Форме\_4 дополнительного рекламного текста\_4
				+ Наличие в Форме\_4 скриншотов с подтверждением оригинальности/уникальности текстов\_1, 2, 3
				+ Наличие в Форме\_4 скриншота с подтверждением оригинальности текста\_4

# Модуль 5. Создание мини-сайта. SЕО (инварианта)

*Время на выполнение модуля* 2 часа Описание задания:

* + - * + Заполнение Формы\_5 и размещение ее в папке Модуль\_5
				+ Наполнение сайта (контент)
				+ Публикация мини-сайта в интернете
				+ Оптимизация макета для SЕО-продвижения (по заданию) Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
				+ Наличие в папке Модуль\_5 файла Форма\_5.pdf
				+ Наличие в файле Форма\_5.pdf линка на опубликованный сайт
				+ Открытие сайта по указанной ссылке
				+ Наличие в мини-сайте элементов анимации
				+ Наличие в мини-сайте рекламного сообщения из предыдущего модуля (с ключевыми словами)
				+ Наличие в мини-сайте графиков или инфографики
				+ Наличие у сайта 3-х и более страниц
				+ Наличие у сайта ссылок на 3 и больше известных ресурса (веб- сайты)
				+ Наличие у сайта анкерной ссылки на тематический ресурс в соцсетях
				+ Наличие у сайта ссылок на тематические социальные сети (3 и более)
				+ Наличие у сайта указания активной локации (адрес, карта)
				+ Наличие у сайта инструмента целевого действия (например, кнопки)
				+ Наличие у сайта формы обратной связи или лидогенерации

# Модуль 6. 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 4. Копирайтинг.

Описание задания:

* + - * + Заполнение Формы\_6 и размещение ее в папке Модуль\_6
				+ Разработка перечня необходимых рекламных носителей с кратким обоснованием
				+ Разработка макетов 2-х рекламных носителей с

использованием материалов из Модуля\_4 и Модуля\_5 (ссылка на опубликованный сайт)

* + - * + Разработка макета дополнительного рекламного носителя
				+ Визуализация рекламных носителей с помощью мокапов (по числу носителей)
				+ Размещение макетов носителей в папке Модуль\_6 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\_6 файла Форма\_6.pdf
				+ Наличие в Форме\_6 перечня необходимых рекламных носителей
				+ Наличие в Форме\_6 краткого обоснования выбора рекламных носителей
				+ Наличие в Форме\_6 рекламного носителя\_1
				+ Наличие в Форме\_6 рекламного носителя\_2
				+ Наличие в Форме\_6 дополнительного рекламного носителя\_3
				+ Наличие в Форме\_6 мокапов для носителя\_1 и носителя\_2
				+ Наличие в Форме\_6 мокапов для дополнительного носителя\_3
				+ Наличие в папке Модуль\_6 файла Носитель\_1.pdf с макетом рекламного носителя\_1
				+ Наличие в папке Модуль\_6 файла Носитель\_2.pdf с макетом рекламного носителя\_2
				+ Наличие в папке Модуль\_6 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 7. 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\_7 и размещение в папке Модуль\_7
				+ Организация и настройка рекламной кампании по контекстному продвижению сообщения о продукте/услуге (без старта РК)
				+ Подбор ключевых слов (не менее 4-х, можно из Модуля\_4)
				+ Предварительная оценка эффективности выбранных ключевых слов на показы
				+ Заполнение формы рекламного сообщения (заголовок, подзаголовок, текст) с использованием ключевых слов

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* + - * + Соблюдение правил ОТ и ТБ
				+ Подготовленность рабочего места
				+ Наличие файла Форма\_7.pdf в папке Модуль\_7
				+ Наличие в Форме\_7 перечня ключевых слов (не менее 4-х)
				+ Наличие в Форме\_7 скриншота с подтверждением эффективности ключевых слов по числу показов
				+ Наличие в Форме\_7 скриншота рекламного текста в формате 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\_7 подтверждения территориальной выборки в рекламной кампании (скриншот)
				+ Наличие в объявлении ссылки на созданный сайт
				+ Наличие в Форме\_7 скриншотов с основными настройками РК поисковой рекламы

# Модуль 8. SММ-продвижение (вариатив)

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут

Выбор социальной сети осуществляется с учетом регионального компонента.

Описание задания:

* + - * + Заполнение Формы\_8 и размещение ее в папке Модуль\_8
				+ 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 4:

нативной статьи для публикации в социальных медиа

* + - * + 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:

* + - * + Соблюдение правил ОТ и ТБ
				+ Подготовленность рабочего места
				+ Наличие файла Форма\_8.pdf в папке Модуль\_8
				+ Наличие в Форме\_8 рекомендации не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора
				+ Наличие в Форме\_8 статьи (по выбору) для размещения в социальной сети
				+ Наличие в Форме\_8 ссылки на публикацию статьи в соц.сетях
				+ Наличие в Форме\_8 скриншота таргетингового сообщения
				+ Наличие в таргетинговом сообщении ссылки на опубликованный сайт (линк из Модуля\_5)
				+ Наличие в Форме\_8 скриншота с настройками таргетингового продвижения опубликованной статьи в социальной сети
				+ Наличие в Форме\_8 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 9. Создание и проведение презентации

*Время на выполнение модуля* 5 часов Описание задания:

* + - * + Размещение файла Презентация в папке Модуль\_9
				+ 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 с описанием хода разработки РК в папке Модуль\_9
				+ Использование в презентации элементов анимации или видео (например, GIF)
				+ Использование в презентации графиков/инфографики
				+ Использование материалов из Модулей 1, 2, 3, 4
				+ Использование материалов из Модулей 5, 6, 7, 8
				+ Выход на защиту
				+ Соблюдение установленного (временного) регламента защиты
				+ Все элементы презентации продемонстрированы
				+ Компьютер по окончании работ выключен
				+ Электропитание на рабочем месте, например, сетевой фильтр, по окончании работ выключено
	1. **СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ*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. В первый соревновательный день участникам предлагается методом жеребьёвки выбрать Кейс. Всего предлагается три кейса. Образец Кейса расположен в приложении №6.

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 9, 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\_1 до Модуля\_9. Оценка результатов производится по модульно в той же последовательности.

2 *Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.*

* + 1. **Личный инструмент конкурсанта**

Конкурсанты используют только инструменты, предоставляемые площадкой.

* + 1. **Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке**

|  |  |
| --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование запрещенного оборудования** |
| **1** | **2** |
| 1. | Любые USB-устройства |
| 2. | Любые устройства мобильной связи (в т.ч.смартфоны) |
| 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 |

# Приложения

Приложение №1 Матрица <https://disk.yandex.ru/i/_9qi8FmxYkgIxQ>

Приложение №2 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>

Приложение №6 Образец Кейса

Предлагается разработать рекламную кампанию и материалы для продвижения на рынке новой услуги – онлайн-курса актерского мастерства.

Программа предполагается к реализации для всех желающих возрастом с 18 лет.

Курс преподают профессиональные актеры, режиссеры, сценаристы, педагоги. Программа актерского мастерства создана для тех, кто хочет прикоснуться к магической атмосфере театрального искусства и попробовать себя на сцене, а также овладеть навыками актерского мастерства для повседневной жизни.

В данной программе мы можем предложить, не только индивидуальные занятия, но и корпоративные занятия для решения задач бизнеса.

Вы хотите уверенно чувствовать себя в любой ситуации? Хотите научиться управлять своими эмоциями? Мечтаете раскрыть свой внутренний потенциал и прикоснуться к великому искусству сцены? Тогда приглашаем вас на бесплатное вводное пробное занятие длительностью 2 часа! Записаться можно по телефону +7(343) 209-99-99

Программа курса включает в себя:

1. АКТЕРСКИЙ ТРЕНИНГ 1. Снимаем телесные и психологические зажимы: упражнения на снятие психофизических зажимов, тренинг на эмоциональное раскрепощение; сценическая пластика - работа с телом, понятие пластической фразы. 2. Приобретаем артистическую смелость и развиваем харизму: ПФД (память физических действий), работа с воображаемым предметом, игровые тренинги на быстроту реакции, находчивость и проницательность, не боимся быть «смешными», учимся быть убедительными и эмоционально заразительными. 3. Учимся основам импровизации и быстро принимать решения: импровизационный тренинг включает упражнения на спонтанность реакции и гибкость мышления, этюды: «Я в предлагаемых обстоятельствах». 4. Тренинг на эффективное взаимодействие в команде: игровые тренинги на проявление своих сильных сторон, упражнения на внимание, развитие памяти, доверие к партнеру 5. «Я и маска»: создаем образ, вживаемся в роль, учимся искусству перевоплощения; дневник персонажа, природа чувств персонажа, логика поведения; видеосъемка: «диктор новостей», «ведущий прогноза погоды» и тд
2. РЕЧЕВОЙ ТРЕНИНГ 1. Правильная постановка дыхания: постановка диафрагмального дыхания на опоре; работа с резонаторами. 2. Освобождаемся от мышечных зажимов: упражнения на расслабление окологлоточной мускулатуры; внутриглоточная артикуляция. 3. Добиваемся четкой дикции и артикуляции: артикуляционная гимнастика для нижней челюсти, губ и языка. 4. Убираем говор, речевые дефекты: основы голосоведения; упражнения на развитие силы и посыла звука. 5. Секреты правильного произношения и ударения во фразах: орфоэпия гласных и согласных; правильно распределяем ударения. 6. Учимся управлять своим голосом и воздействовать на партнера: тембральная окраска голоса; темпоритм, скорость речи; яркость и сексуальность голоса. 7. Осваиваем основы ораторского искусства, учимся выступать на публику: работа с художественным текстом; интонационная выразительность; артистизм и уверенность в себе; композиция речи (четкая последовательность); самопрезентация.

Стоимость: Курс индивидуальный – 16000 рублей. Длительность курса – 2 месяца.

График занятий - 2 раза в неделю по 2 часа.

Занятия проводятся онлайн в согласованное время с обучающимся. Сроки рекламной кампании – ждём Ваших предложений.

Бюджет рекламной кампании - ждём Ваших предложений.