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

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«РЕКЛАМА»

для категории

Юниоры

2024 г.

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено индустриальным партнером, 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 10](#_Toc124422968)

[1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ 10](#_Toc124422969)

[1.5 КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ 12](#_Toc124422965)

[1.5.1. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)](#_Toc124422970) 13

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

[3. Приложения](#_Toc124422973) 21

**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 85,2.

## 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 | 13,8 |
| 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 | 21 |
| 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 | 7,4 |
| 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 | 29 |
| 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** |  | **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 | 1,3 | 1,9 | 2,5 | 1,0 | 2,1 | 2,1 | 0,4 | **13,8** |
| **3** | 0 | 1,0 | 4,0 | 3,2 | 4,6 | 1,7 | 2,4 | 0 | 4,1 | **21** |
| **4** | 7,4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **7,4** |
| **5** | 1,8 | 11,2 | 2,5 | 1,2 | 1,0 | 2,3 | 3,2 | 4,7 | 1,1 | **29** |
| **6** | 0,6 | 0 | 0,6 | 0 | 1,1 | 0,2 | 1,0 | 0,9 | 4,6 | **9** |
| **Итого баллов за критерий/модуль** | | **11,5** | **13** | **10** | **6,3** | **9,2** | **6,8** | **8,7** | **7,7** | **12** | **85,2** |

**1.4 СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ**

Оценка Конкурсного задания будет основываться на критериях, указанных в таблице №1:

*Таблица №3*

**Оценка конкурсного задания**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерий** | | **Методика проверки навыков в критерии** |
| **А** | **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 |
| **Б** | **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 |
| **В** | **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 |
| **Г** | **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 |
| **Д** | **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 |
| **Е** | **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 |
| **Ж** | **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 |
| **З** | **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 |
| **И** | **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**

Формат участия: индивидуальный/командный (с указанием кол-ва человек в команде).

Категория конкурсантов: Школьники от 14 лет

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

Количество конкурсных дней: 3 дня.

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

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

Конкурсное задание состоит из 9 модулей, общее количество баллов конкурсного задания составляет 85,2 .

*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 |
| 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 |

**1.5.1 Структура модулей конкурсного задания**

**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 в табличном виде
* Наличие в брифе информации о компании, 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* 1,5 часа

Описание задания:

* Заполнение Формы\_2 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
* 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 (табличная форма)
* Наличие в Форме\_Б перечня способов и каналов продвижения
* Наличие в Форме\_Б рекламного бюджета с распределением рекламных статей
* Наличие в Форме\_Б перечня способов оценки эффективности каналов продвижения

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

*Время на выполнение модуля* 1 час

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
* 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 логотипа в Форме\_В
* Наличие в Форме\_В скриншотов, подтверждающих оригинальность нейма
* Наличие в Форме\_В скриншотов, подтверждающих оригинальность слогана
* 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

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 SMM-продвижения (Вариатив):
  + - Информационная статья 1200 символов
    - Нативная статья 1200 символов
    - Развлекательная статья 1200 символов
    - Региональная тематика 1200 символов
* 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 SMM- продвижения
* Наличие в Форме\_Г скриншотов с подтверждение оригинальности/уникальности текстов\_1, 2

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

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут

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 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 2 и больше известных ресурса (веб-сайты)
* Наличие у сайта анкерной ссылки на тематический ресурс в соцсетях
* Наличие у сайта ссылок на тематические социальные сети (2 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 Е. Разработка рекламных носителей (вариатив)**

*Время на выполнение модуля* 1 час 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 макета рекламного носителя с использованием материалов из Модуля\_Г и Модуля\_Д (ссылка на опубликованный сайт)
* 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 мокапов для носителя\_1
* Наличие в папке Модуль\_Е файла Носитель\_1.pdf с макетом рекламного носителя\_1
* Наличие в носителе 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

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:

* Соблюдение правил ОТ и ТБ
* Подготовленность рабочего места
* 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 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\_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

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

*Время на выполнение модуля* 1 час

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 медиаинформационная статья
      * развлекательная статья
      * предложение региона
    - 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\_З.pdf в папке Модуль\_З
    - Наличие в Форме\_З рекомендации не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора
    - Наличие в Форме\_З статьи (по выбору) для размещения в социальной сети
    - Наличие в Форме\_З ссылки на публикацию статьи в соц.сетях
    - Наличие в Форме\_З скриншота таргетингового сообщения
    - Наличие в таргетинговом сообщении ссылки на опубликованный сайт (линк из Модуля\_Д)
    - Наличие в Форме\_З скриншота с настройками таргетингового продвижения опубликованной статьи в социальной сети
    - 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* 2 часа

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 с описанием хода разработки РК в папке Модуль\_И
* Использование в презентации элементов анимации или видео (например, GIF)
* 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
* Компьютер по окончании работ выключен
* Электропитание на рабочем месте, например, сетевой фильтр, по окончании работ выключено

1. **СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ**

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 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 – 12 часов (3 дня).

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

**2.1. Личный инструмент конкурсанта**

Конкурсанты используют только инструменты, предоставляемые площадкой.

### 2.2.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 |

1. **ПРИЛОЖЕНИЯ**

Приложение №1 Формы для выполнения модулей

<https://docs.google.com/document/d/1eO2H1pVRw_k7Gz79WcJLcSHnjHWnVes1c7J4A440WC4/edit?usp=sharing>

Приложение №2 Образец Кейса

Вашему вниманию предлагается разработать рекламную кампанию и материалы для продвижения в Интернет организации, занимающейся дополнительным образованием детей в возрасте от 1 до 10 лет. Центр дополнительного образования зарегистрирован 1 августа 2015 года. Деятельность центра осуществляется при наличии лицензии. Центр дополнительного образования является негосударственным образовательным учреждением. Адрес центра: г. Москва, ул. Чертановская, д.4. Часы работы: понедельник-суббота с 07.30 до 20.00.

География работы: Москва

Бюджет на продвижение: 500.000 рублей.

Команда педагогов и психологов разработала уникальные авторские курсы, чтобы раскрыть все грани личности маленьких воспитанников с учетом их возраста и индивидуальных особенностей.

Занятия проводятся по следующим направлениям:

* Для детей от 1 до 3 лет: Курс раннее развитие; консультация логопеда; консультация психолога.

Для детей от 3 до 5 лет: Курс интеллектуальное развитие; Английский язык (с нуля); Английский язык (базовый); Арт-студия; Шахматы; Логоритмика; консультация логопеда; консультация психолога.

* Для детей от 5 до 7 лет: Курс подготовка к школе; Английский язык (с нуля); Английский язык (базовый); Арт-студия; Шахматы; Логоритмика; Научная лаборатория; консультация логопеда; консультация психолога.
* Для детей от 7 до 10 лет: Английский язык (базовый); Шахматы; Логоритмика; консультация логопеда; консультация психолога.

Стоимость занятий:

разовое посещение - 500р

абонемент 8 занятий - 2100р (1 занятие - 300р)

индивидуальное занятие - 1000р

Также для детей от 2,5 до 6 лет мы предлагаем Детский сад:

* два профессиональных педагога;
* две мини-группы;
* здоровое питание;
* современный дизайн и оснащение центра;
* огороженная и охраняемая территория.

Детский сад можно посещать как полный, так и неполный день.

НЕПОЛНЫЙ ДЕНЬ

* 8:00 - 13:00 2-х разовое питание

Разовое посещение - 500 руб.

Абонемент на месяц - 5000 руб.

ПОЛНЫЙ ДЕНЬ

* 8:00 - 19:00 4-х разовое питание

Разовое посещение - 1000 руб.

Абонемент на месяц - 10000 руб.

В программе детского сада:

* развитие интеллекта
* развитие внимания и памяти
* развитие математических способностей
* развитие фонематического слуха
* подготовка к обучению чтению
* музыкальная ритмика
* театральная студия
* творческие мастер-классы
* изо, лепка, аппликация
* английский язык каждый день
* занятия с логопедом

Мы мечтаем сделать этот мир счастливее, поэтому в 2015 году мы открыли наш клуб. Он получился очень уютным, стильным и радостным.

Мы проводим самые разные развивающие занятия для детей с 1,5 лет. Взрослые могут отдохнуть в нашем центре за чашечкой чая или кофе.

У нас можно устроить веселый день рождения.

Приложение №3 Матрица

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

Приложение №4 Критерии оценки (общие для модулей-констант и для инвариантных модулей)

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

Приложение №5 Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции «Реклама».

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

1. *Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом/командой.* [↑](#footnote-ref-1)