|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«Реклама»

Региональный этап Чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

регион проведения

2025 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](#_Toc142037183)

[1.1. Общие сведения о требованиях компетенции 4](#_Toc142037184)

[1.2. Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции «\_\_\_\_\_\_\_\_\_» 4](#_Toc142037185)

[1.3. Требования к схеме оценки 6](#_Toc142037186)

[1.4. Спецификация оценки компетенции 6](#_Toc142037187)

[1.5. Конкурсное задание 7](#_Toc142037188)

[1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания 7](#_Toc142037189)

[1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) 8](#_Toc142037190)

[2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 9](#_Toc142037191)

[2.1. Личный инструмент конкурсанта 9](#_Toc142037192)

[2.2.Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке 9](#_Toc142037193)

[3. ПРИЛОЖЕНИЯ 9](#_Toc142037194)

**ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

1. ФГОС – Федеральный государственный образовательный стандарт
2. ПС – Профессиональный стандарт
3. КЗ – Конкурсное задание
4. ИЛ – Инфраструктурный лист
5. РК – рекламная кампания
6. ТК – требования компетенции
7. СМИ – средства массовой информации
8. ЦА – целевая аудитория
9. УТП – уникальное торговое предложение
10. АКАР – Ассоциация коммуникационных агентств России
11. РД – рекламная деятельность

**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.

Специалист по рекламе готовится к следующим видам деятельности согласно ФГОС 42.02.01 Реклама, утвержденному приказом Министерства Просвещения Российской Федерации № 552 от 21.07.2023:

1. проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
2. разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
3. продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;
4. создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

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 рекламы**  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 определения Уникального Торгового Предложения (УТП) при разработке рекламы * 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 рекламы 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 рекламы * Составлять полнофункциональные брифы с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды * Формировать рекламную стратегию продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг * Формировать план рекламы 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 рекламных мероприятий исходя из поставленных целей и задач * Осуществлять медиапланирование * Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) * Определять эффективность хода рекламы 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 рекламы * 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** |  |
| **1** | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 0 | 1 | **5** |
| **2** | 2,0 | 2,5 | 1,5 | 5,5 | 0,5 | 3 | 1 | **16** |
| **3** | 0 | 0 | 5 | 4 | 4,5 | 7,5 | 7 | **28** |
| **4** | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **9** |
| **5** | 2 | 15,5 | 1 | 6,5 | 2,5 | 3,5 | 2 | **33** |
| **6** | 0 | 0 | 1,5 | 0 | 1,5 | 0 | 6 | **9** |
| **Итого баллов за критерий/модуль** | | **13** | **18** | **11** | **16** | **11** | **14** | **17** | **100** |

**1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ**

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

*Таблица №3*

**Оценка конкурсного задания**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерий** | | **Методика проверки навыков в критерии** |
| **А** | **Коммуникация с заказчиком** | 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 поставленной цели и требованиям заказчика |
| **Б** | **Стратегическое и тактическое планирование рекламных мероприятий** | Оцениваются стратегические и тактические рекламные решения, их полнота и соответствие поставленной цели и решаемым задачам. Также оценивается эффективность предлагаемых рекламных решений и адекватность бюджета рекламных мероприятий (экспертная оценка и соответствие установленным в задании бюджетным рамкам). Дается экспертная оценка перспективам и эффективности представляемого плана рекламного продвижения |
| **В** | **Презентация промежуточных результатов** | Оцениваются навыки проведения презентации, тайминг, логика построения аргументации, вопросы соответствия выбранных решений цели заказчика. Дается экспертная оценка грамотности речи при проведении презентации |
| **Г** | **Креативные рекламные решения** | Оценивается креативность и эффективность основных идей и стратегических решений. Также оцениваются концептуальные решения разработки айдентики, их оригинальность и соответствие задачам. Дается экспертная оценка перспективам продвижения. Оцениваются также структура слогана, его оригинальность и соответствие достижению поставленных задач. Оценивается уникальность и соответствие логотипа профилю Заказчика |
| **Д** | **Презентация креативных решений** | Оцениваются навыки проведения презентации, тайминг, способность доказать соответствие выбранных креативных решений поставленной цели рекламных мероприятий и аудитории. Дается экспертная оценка грамотности речи при проведении презентации |
| **Е** | **Разработка рекламных носителей и мероприятий** | Проверяется умение определять оптимальные каналы рекламы, правильно выбирать каналы донесения рекламной информации с учетом бюджетных возможностей и анализа ЦА. Дается экспертная оценка перспективам и эффективности разработанных рекламных носителей и мероприятий |
| **Ж** | **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, вопросы влияния на мнение аудитории и умение добиваться правильной подачи информации |

**1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ**

Возрастной ценз: Основная.

Общая продолжительность Конкурсного задания[[1]](#footnote-1): 19,5 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**

Конкурсное задание состоит из семи модулей, включает обязательную к выполнению часть (константа) – 7 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.

*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 |
| Стратегическое и тактическое планирование рекламных мероприятий | Разработка стратегических и тактических решений рекламных мероприятий/  медиаплана | ФГОС 42.02.01 | Б | Константа | Общий | Общий |
| Презентация промежуточных результатов | Создание презентации  Проведение презентации | ФГОС 42.02.01 | В | Константа | Общий | Общий |
| Креативные рекламные решения | Поиск идей и создание рекламы | ФГОС 42.02.01 | Г | Вариатив | Общий | Общий |
| Презентация креативных решений | Создание презентации  Проведение презентации | ФГОС 42.02.01 | Д | Константа | Общий | Общий |
| Разработка рекламных носителей и мероприятий | Создание рекламных носителей  Определение контента | ПС 11.013  ПС 06.043  ФГОС 42.02.01 | Е | Вариатив | Общий | Общий |
| Создание и проведение презентации | Создание презентации  Проведение презентации | ФГОС 42.02.01 | Ж | Константа | Общий | Общий |

**1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)**

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

*Время на выполнение модуля* 2 часа

Описание задания:

* Размещение документов в папке Модуль\_А
* Определение цели рекламы
* Проведение анализа рынка
* Проведение анализа конкурентной среды
* Определение и описание целевой аудитории (ЦА)
* Определение существенных параметров рекламных мероприятий
* Создание брифа

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие в папке Модуль\_А документов модуля
* Наличие брифа
* Наличие в брифе информации об объекте рекламирования
* Наличие в брифе описания цели рекламы
* Наличие анализа рынка
* Наличие анализа конкурентной среды
* Наличие в брифе информации о ЦА
* Наличие в брифе информации о планируемых рекламных мероприятиях

**Модуль Б. Стратегическое и тактическое планирование рекламных мероприятий (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 3 часа

Описание задания:

* Размещение документов в папке Модуль\_Б
* Определение задач рекламных мероприятий
* Разработка стратегических/тактических решений рекламных мероприятий в соответствии с поставленной целью и задачами
* Определение перечня способов и каналов продвижения объекта рекламирования
* Распределение рекламного бюджета
* Разработка медиаплана на основе составленного плана рекламных мероприятий
* Указание способов предварительной оценки эффективности рекламных мероприятий

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие в папке Модуль\_Б документов модуля
* Наличие конкретных задач рекламных мероприятий
* Наличие стратегических/тактических решений рекламных мероприятий в соответствии с поставленной целью и задачами
* Наличие плана продвижения объекта рекламирования
* Наличие перечня способов и каналов продвижения (не менее 3 каналов рекламы)
* Наличие рекламного бюджета с распределением по каналам рекламы
* Наличие медиаплана
* Наличие способов предварительной оценки эффективности рекламных мероприятий

**Модуль В. Презентация промежуточных результатов (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 1 час 30 минут

Описание задания:

* Размещение файла Презентация в папке Модуль\_В
* Подготовка электронной презентации о ходе разработки рекламных мероприятий (формат презентации по выбору) с демонстрацией результатов работы по модулям А и Б
* Публичное проведение презентации
* 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 рекламных мероприятий в папке Модуль\_В
* Использование материалов из Модуля А
* Использование материалов из Модуля Б
* Аргументация выбранных решений проведения рекламных мероприятий
* 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

**Модуль Г. Креативные рекламные решения (вариатив)**

*Время на выполнение модуля* 4 часа

Описание задания:

* Размещение материалов в папке Модуль\_Г, в том числе исходных файлов
* Определение идеи рекламного продвижения объекта рекламирования
* Разработка нейма в соответствии с профилем заказчика и потребностями целевой аудитории
* Тестирование нейма с точки зрения конкурентоспособности
* Разработка слогана в соответствии с профилем заказчика
* Тестирование слогана на оригинальность
* Первичная визуализация идеи посредством мудборда
* Создание концепта логотипа в трех вариантах
* Определение и аргументация итогового варианта логотипа
* Разработка дополнительных констант в соответствии с выявленными потребностями заказчика (не менее двух)

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие материалов папке Модуль\_Г, в том числе исходных файлов
* Наличие идеи рекламного продвижения объекта рекламирования
* Наличие нейма, соответствующего профилю заказчика и потребностями целевой аудитории
* Наличие подтверждения тестирования нейма с точки зрения конкурентоспособности
* Наличие слогана в соответствии с профилем заказчика
* Наличие подтверждения тестирования слогана на оригинальность
* Наличие мудборда
* Наличие в мудборде графических элементов, текста и цветовых решений
* Наличие концепта логотипа в трех вариантах
* Наличие выбранного и аргументированного итогового варианта логотипа
* Наличие дополнительных констант в соответствии с выявленными потребностями заказчика (не менее двух)

**Модуль Д. Презентация креативных решений (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 2 часа

Описание задания:

* Размещение файла Презентация в папке Модуль\_Д
* Подготовка электронной презентации о ходе разработки креативных рекламных решений (формат презентации по выбору) с демонстрацией результатов работы по модулю Г
* Публичное проведение презентации
* 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 креативных рекламных решений в папке Модуль\_Д
* Использование материалов из Модуля Г
* Аргументация выбранных креативных решений в соответствии поставленной цели рекламных мероприятий
* Аргументация выбранных креативных решений в соответствии специфике целевой аудитории
* 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

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

*Время на выполнение модуля* 3 часа

Выбор рекламных носителей и рекламных мероприятий осуществляется с учетом регионального компонента и под потребности заказчика.

Описание задания:

* Размещение материалов в папке Модуль\_Е, в том числе исходных файлов
* Разработка перечня необходимых рекламных носителей с обоснованием
* Разработка макетов для каждого канала рекламы, выбранного в Модуле Б
* Разработка мокапа для выбранного рекламного носителя с привязкой к региональному компоненту
* Разработка рекламного мероприятия/плана/концепции в соответствии результатам выполнения Модуля Б
* Разработка контента для каждого носителя рекламы и мероприятия

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие материалов в папке Модуль\_Е, в том числе исходных файлов
* Наличие перечня необходимых рекламных носителей с обоснованием
* Наличие макетов для каждого канала рекламы, выбранного в Модуле Б
* Наличие мокапа для выбранного рекламного носителя с привязкой к региональному компоненту
* Наличие рекламного мероприятия/плана/концепции в соответствии результатам выполнения Модуля Б
* Наличие контента для каждого носителя рекламы и мероприятия

**Модуль Ж. Создание и проведение презентации (инварианта)**

*Время на выполнение модуля* 2 часа

*Время на проведение защиты модуля* 1 час

Описание задания:

* Размещение файла Презентация в папке Модуль\_Ж
* Подготовка электронной презентации о ходе разработки рекламных мероприятий для продвижения объекта рекламирования
* Публичное проведение презентации проекта
* 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 рекламных мероприятий для продвижения объекта рекламирования в папке Модуль\_Ж
* Наличие материалов из Модуля В
* Наличие материалов из Модуля Д
* Наличие материалов из Модуля Е
* Аргументация выбранных решений в соответствии поставленной цели рекламных мероприятий
* Аргументация выбранных решений в соответствии специфике целевой аудитории
* Логика построения хода проведения презентации проекта
* 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

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

Содержанием конкурсного задания являются основные направления рекламной деятельности: коммуникации с заказчиком, ключевые элементы рекламного продвижения, стратегические и тактические рекламные решения, разработка контента рекламных мероприятий, определение каналов рекламы, создание и проведение презентаций.

Участники соревнований получают КЕЙС. В первый соревновательный день участникам предлагается методом жеребьёвки выбрать Кейс. Всего предлагается три варианта кейса. Образец Кейса расположен в приложении №4.

В кейсе прописывается вся необходимая информация о заказчике, рекламируемом продукте/услуге, цель обращения заказчика, прогнозируемый бюджет на рекламу и рекламные мероприятия и его фрагментация по каналам рекламы (если требуется). Также оговаривается срок рекламных мероприятий и другая дополнительная информация.

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

Выполненные 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. Названия файлов должны соответствовать четкой логике и содержанию задания модуля.

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 – 19,5 часов (3 дня).

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

Главный эксперт определяет время на проведение защиты презентации в Модулях\_В и Д, в зависимости от количества конкурсантов, аккредитованных на площадке, но не более 7 минут на каждого конкурсанта.

Главный эксперт определяет время на проведение защиты презентации в Модуле\_Ж, в зависимости от количества конкурсантов, аккредитованных на площадке, но не более 10 минут на каждого конкурсанта. Данное время рассчитано на пять конкурсантов, при увеличении числа аккредитованных конкурсантов время увеличивается за счет дополнительного.

Результаты выполнения конкурсного задания должны соответствовать нормам и требованиям Законодательства Российской Федерации.

**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 |
| 11. | Любые нейросети и средства ИИ |
| 12. | Любые средства обратной связи, коммуникация в мессенджерах и социальных сетях |
| 13. | Любые мессенджеры |

**3. 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 №3 Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции «Реклама».

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

Приложение №4 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:

I. 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

II. 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.

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)