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

**КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ**

**«**РЕКЛАМА**»**

Для категории Юниоры

**регионального этапа чемпионата по профессиональному мастерству**

**«Профессионалы» в 2026 г.**

**Кемеровская область - Кузбасс**

(субъект РФ)

2026 г.

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в 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 5](#_Toc210053415)

[1.1. Общие сведения о требованиях компетенции Реклама 5](#_Toc210053416)

[1.2. Перечень профессиональных задач специалиста 5](#_Toc210053417)

[по компетенции «Реклама» 5](#_Toc210053418)

[Перечень профессиональных задач специалиста 7](#_Toc210053419)

[1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ 12](#_Toc210053420)

[1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ 12](#_Toc210053421)

[1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ 14](#_Toc210053422)

[1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания 14](#_Toc210053423)

[1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) 14](#_Toc210053424)

[2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 21](#_Toc210053425)

[2.1. Личный инструмент конкурсанта 22](#_Toc210053426)

[2.2.Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке 22](#_Toc210053427)

[3. Приложения 22](#_Toc210053428)

**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
12. ATL - (Above The Line) – «над чертой». Это традиционные, массовые рекламные каналы, направленные на широкую аудиторию. Пример: телевидение, радио, наружная реклама, печатные СМИ.
13. BTL - (Below The Line) – «под чертой». BTL-маркетинг предполагает более персонализированный и целенаправленный подход к взаимодействию с аудиторией. Он включает в себя мероприятия, акции, промо-акции, email-маркетинг, SMM, контекстную рекламу на узкие аудитории, и другие инструменты, позволяющие взаимодействовать с потребителем напрямую. BTL направлен на стимулирование продаж, формирование лояльности и получение обратной связи.
14. TTL - (Through The Line) – «через черту». TTL – это комплексный подход, объединяющий инструменты ATL и BTL, стремясь к максимальному эффекту за счет синергии. TTL-кампании используют как широкие, так и узконаправленные каналы, чтобы достичь максимального охвата и вовлеченности целевой аудитории. Например, это может быть телевизионная реклама, сопровождающаяся акцией в социальных сетях или QR-кодом на рекламном щите, ведущим на сайт компании.

1.ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. Общие сведения о требованиях компетенции Реклама

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, бережливое производство**  Специалист должен знать и понимать:   * Правила и нормы организации труда, безопасные методы работы * Временные темпы работы организации процессов, действующих в отрасли * Организацию рекламного дела * Основы делового администрирования, работа с технологической документацией * 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 составлять бриф. Дается экспертная оценка полноты рекламной кампании, ее соответствия поставленной цели и требованиям заказчика |
| **Б** | **Стратегическое и тактическое планирование рекламных мероприятий** | Оцениваются 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). |
| **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 рекламных 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. |
| **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. |
| **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

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

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)

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

*Время на выполнение модуля* 1,5 часа

Описание задания:

На основе кейса необходимо провести анализ рынка рекламодателя, анализ конкурентной среды, выявить и описать целевую аудиторию (ЦА), определить существенные параметры необходимых рекламных мероприятий и цель рекламы. В соответствии полученным данным проанализировать тип и структуру брифа, создать его. Все разработанные документы разместить в папке Модуль\_А.

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 в брифе информации о ЦА
* Наличие в брифе информации о планируемых рекламных мероприятиях

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

*Время на выполнение модуля* 1,5 часа

Описание задания:

На основе документов из Модуля\_А необходимо разработать детальный план продвижения объекта рекламирования, включая постановку конкретных задач рекламных мероприятий, перечень способов и каналов продвижения (не менее 3 каналов рекламы) объекта рекламирования, формирование бюджета на основе составленного плана рекламных мероприятий. Все разработанные документы разместить в папке Модуль\_Б.

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие в папке Модуль\_Б документов модуля
* Наличие конкретных задач рекламных мероприятий
* Наличие в плане продвижения перечня каналов рекламы
* Наличие плана продвижения объекта рекламирования
* Наличие перечня способов и каналов продвижения (не менее 3 каналов рекламы)
* Наличие рекламного бюджета с распределением по каналам рекламы

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

*Время на выполнение модуля* 1 час

Описание задания:

Подготовка электронной презентации о ходе разработки рекламных мероприятий (формат презентации по выбору конкурсанта) с демонстрацией результатов работы по модулям А и Б. Размещение файла Презентация в папке Модуль\_В. Выключить свой компьютер по окончании работы. Выключить питание (например, сетевой фильтр) по окончании работы. Осуществить публичное проведение презентации.

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* 3 часа

Описание задания:

Определить идею рекламного продвижения объекта рекламирования. Разработать нейм в соответствии с профилем заказчика и потребностями целевой аудитории. Разработать слоган в соответствии с профилем заказчика. Создать концепт логотипа в итоговом варианте и аргументировать его особенности с точки зрения воздействия на целевую аудиторию. Первичная визуализация идеи посредством мудборда с использованием графических элементов, текста и цветовых решений.

Разместить все созданные материалы в папке Модуль\_Г, в том числе исходные файлы.

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 слогана в соответствии с профилем заказчика
* Наличие мудборда
* Наличие в мудборде графических элементов, текста и цветовых решений
* Наличие концепта логотипа и его аргументации

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

*Время на выполнение модуля* 1 час

Описание задания:

Подготовка электронной презентации о ходе разработки креативных рекламных решений (формат презентации по выбору конкурсанта) с демонстрацией результатов работы по Модулю Г. Размещение файла Презентация в папке Модуль\_Д. Выключить свой компьютер по окончании работы. Выключить питание (например, сетевой фильтр) по окончании работы. Осуществить публичное проведение презентации.

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* 2 часа

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

Описание задания:

На основании плана продвижения, разработанного в Модуле Б, необходимо создать пакет креативных решений и рекламных материалов:

* перечень необходимых рекламных носителей с обоснованием;
* одного макета на выбор конкурсанта для одного канала рекламы из Модуля Б;
* рекламное мероприятие/план/концепцию в соответствии результатам выполнения Модуля Б;
* плана проведения мероприятия на выбор конкурсанта.

Все созданные материалы разместить в папке Модуль\_Е, в том числе исходные файлы.

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

* Наличие материалов в папке Модуль\_Е, в том числе исходных файлов
* Наличие перечня необходимых рекламных носителей с обоснованием
* Наличие макета на выбор для одного канала рекламы из Модуля Б
* Наличие рекламного мероприятия/плана/концепции в соответствии результатам выполнения Модуля Б
* Наличие плана проведения мероприятия на выбор конкурсанта.

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

*Время на выполнение модуля* 1 час

*Время на проведение защиты модуля* 1 час

Описание задания:

Подготовка электронной презентации о ходе разработки рекламных мероприятий для продвижения объекта рекламирования. Размещение файла Презентация в папке Модуль\_Ж. Выключить свой компьютер по окончании работы. Выключить питание (например, сетевой фильтр) по окончании работы. Осуществить публичное проведение презентации.

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 – 12 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 5 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 7 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

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

Приложение №4 Образец Кейсов

**КЕЙС №1**

Предлагается разработать рекламную кампанию и материалы для продвижения на рынке новой сети пекарен от Хлебозавода №3

На сегодняшний день «Ижевский хлебозавод № 3» одно из лучших предприятий по хлебобулочному производству в Удмуртской Республике.  
Предприятие оснащено лучшим отечественным и импортным оборудованием, динамично развивается и уверенно занимает лидирующие позиции в производстве хлеба и хлебобулочных изделий.  
Ассортиментный перечень составляет более 200 наименований продукции, в том числе хлеба, батоны, багеты, слойки, булочки, пирожки, кондитерские изделия, полуфабрикаты.  
Постоянное расширение ассортимента продукции, появление новых интересных новинок, эксклюзивных предложений для потребителей — все это работа предприятия сегодня.  
Продукция реализуется как в Удмуртской Республике, так и за ее пределами.  
Мы не останавливаемся на достигнутых результатах!

В этом году мы решили расширить наш ассортимент и открыть новые уникальные пекарни.

Наши пекарни должны стать лучшими в городе, с возможностью открытия других точек в г. Ижевске и Удмуртской Республике.

Сроки рекламной кампании: 3 месяца

Бюджет рекламной кампании: по предложению

На данный момент мы планируем открываться на эко-рынках г. Ижевска:

- Эко рынок «Магистральный», ул. Пугачева, 43

- Эко рынок, ул. Клубная, 24

- Эко рынок «Помидор», ул. Карла Либнехта, 10

- Эко рынок «Шумайловский», ул. Карла Маркса, 395/1

- Фермерский рынок, ул. Холмогорова, 259а

- Экомаркет, ул. 9 Января, 213

Мы предлагаем нашим посетителям хлебопекарные изделия из разных кухонь мира:

* Инджера – эфиопское национальное блюдо – 55р.
* Французский багет – 30р.
* Пан Кубано итальянский хлеб – 50р.
* Хачапури – 70р.
* Популярный в Армении и Средней Азии лаваш – 50р.
* Хлеб с плавленым сыром и чесноком из Южной Кореи – 85р.
* Багель считается польским, но по одной из версий был завезён в Польшу из Германии и изначально назывался «обварзанек» - 45р.
* Турецкий симит – 80р.
* Английские крампеты – 100р.
* Пандебоно – колумбийский сырный хлеб – 90р.
* Пао де кейхо – 150р.
* Индийская паротта – 100р.
* Содовый американский хлеб – 95р.
* Еврейская хала – 100р.
* Конча – традиционный мексиканский десерт – 170р.
* Каре пан, или хлеб с карри – это тесто сильной обжарки с японским карри – 150р.
* Голландский тигровый хлеб – 120р.
* Проджа – это плотный кукурузный хлеб, популярен на Балканах – 80р.
* Иранский сангак – 150р.
* Лимпа – шведский батон – 70р.
* Французский круассан – 75р.
* Малавах – это слоевые лепёшки из Йемена – 50р.
* Фокаччия – одно из самых популярных блюд в Италии – 60р.
* Гайанский масляный хлеб – 120р.
* Кокосовый хлеб – 130р.
* Китайский бао – 90р.
* Каравай – это традиционный хлеб России – 50р.

Мы удивим наших посетителей не только новыми изделиями, но и также безусловно в нашем ассортименте будут присутствовать классические изделия Удмуртской кухни.

В нашей уютной пекарне вы сможете комфортно посидеть и приобрести продукты домой.

Также у нас есть доставка и предзаказ выбранных хлебобулочных изделий

Наши продавцы могут рассказать Вам из чего состоит блюдо и в какой стране пользуется наибольшим спросом.

* Стоимость хлебобулочных изделий: от 50 до 200 руб./за ед.
* Доставка на дом – бесплатно при заказе от 1000 рублей

Ждем вас в наших уютных пекарнях.

**КЕЙС №2**

Предлагается разработать ребрендинг и материалы для продвижения на рынке детского игрового центра «Сигма-Парк».

Сигма-Парк открылся в 2021 году, за почти 3 года зарекомендовал себя, как один их самых известных детских развлекательных центров в г. Ижевске.

Площадь детского центра составляет – 2300 кв.м

10 безопасных игровых зон

5 уникальных сказочных комнат для проведения праздника

Название «Сигма-парк» было обусловлено тем, что детский центр находится в торговом центре «Сигма», поэтому фирменный стиль и название полностью подходило под концепцию.

В этом году детский центр планирует расширятся на другие города, исходя из этого требуется провести ребрендинг. Придумать название и новый логотип, а также разработать рекламную кампанию, которую можно будет запускать на несколько городов.

Сроки рекламной кампании: 3 месяца

Бюджет рекламной кампании: по предложению

Зоны отдыха для детей:

**Малышковая зона**  
0-6 лет

**Батутная арена**  
0+

**Лего зона**  
0+

**Тюбинги**  
0+

**Сухой бассейн**  
0+

**Волшебные сети**3+

**Игровой лабиринт**  
7+

**Ниндзя парк**  
7+

**Троллей**  
7+

**Вулкан**  
7+

Стоимость посещения:

Будние дни – 700р.

Выходные и праздничные – 1000р.

**Контакты**г. Ижевск, пер. Широкий, 53ТРЦ «Сигма» 3 этаж

**Звоните:**  
Тел. [+7 (3412) 22-16-62](tel:+7(3412)22-16-62)  
E-mail: [office@sigmapark.ru](mailto:office@sigmapark.ru?)

**КЕЙС №3**

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)