



ВСЕРОССИЙСКОЕ
ЧЕМПИОНАТНОЕ
ДВИЖЕНИЕ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ
МАСТЕРСТВУ

ОПИСАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ «РЕКЛАМА»

2025 г.

Наименование компетенции: Реклама

Формат участия в соревновании: индивидуальный

(На базе ФГОС 42.02.01)

– Краткая характеристика специальности:

Область профессиональной деятельности специалиста рекламы: планирование, организация и проведение рекламной кампании, а также разработка и производство рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Специальность Реклама направлена на подготовку специалистов в сфере рекламы (рекламистов). Рекламист информирует потребителей о продукции и услугах, обеспечивая их сбыт, а также занимается созданием положительного имиджа товара/услуги и компаний-производителей этих товаров/услуг.

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

- рекламные и коммуникационные кампании, акции и мероприятия;
- стратегическое и тактическое планирования кампании, акции и мероприятия;

- вербальные и визуальные сообщения на рекламных носителях.

Специалист по рекламе готовится к следующим видам деятельности:

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

Особенности профессиональной деятельности специалиста рекламы

Очевидно, что в среднесрочной перспективе останутся актуальными все основные виды рекламных продвижений и коммуникаций: ATL, BTL и TTL.

Актуальность специальности

Реклама – быстроразвивающаяся и непрерывно обновляющаяся отрасль народного хозяйства.

Специалисты по рекламе, маркетингу и PR стабильно входят в десятку самых востребованных в крупных городах РФ: В Москве и Санкт-Петербурге специалисты по маркетингу и рекламе стабильно входят в топ-10 самых

востребованных профессий. Зарплаты в этой области выше средних по рынку. За последние годы наблюдается значительная динамика в количестве вакансий в сфере маркетинга и рекламы. В 2023 году количество вакансий увеличилось на 32% по сравнению с предыдущим годом. Конкуренция за рабочие места остается высокой, особенно среди начинающих специалистов. Количество вакансий для удаленных сотрудников в сфере маркетинга и рекламы значительно увеличилось, с ростом на 90% в феврале 2023 года по сравнению с предыдущим годом. Спрос на специалистов, таких как SMM-менеджеры, вырос в 3,9 раза, что свидетельствует о растущей популярности удаленной работы в данной сфере.

Используемые технологии и инструменты

На сегодняшний день основными рабочими инструментами рекламиста являются компьютер, планшет, мобильный телефон, интернет и офисное программное обеспечение. Для работы с графикой, презентациями и сайтами рекламист использует специализированное ПО, такое как графические редакторы и облачные конструкторы.

В отрасли очевидны тенденции автоматизации деятельности, начиная от сбора данных по целевой аудитории, планирования, организации и проведения рекламных кампаний, заканчивая средствами сбора аналитических данных по эффективности рекламной кампании в целом и по отдельным ее каналам и составляющим.

Особенности внедрения в индустрию, в каких средах применяется

Реклама выполняет важнейшую функцию рыночной экономики – стимулирование сбыта и обеспечивает тем самым связь между производством и потреблением. Реклама, выступая как элемент конкуренции, способствует постоянному совершенствованию выпускаемой продукции.

Услуги рекламы необходимы как крупному и среднему бизнесу, так и индивидуальным предпринимателям.

Поскольку Описание компетенции содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей компетенции, его необходимо использовать на основании следующих документов:

- ФГОС СПО 42.02.01 - Приказ Минобрнауки России от 21.07.2023 N 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама» (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 N 74908)
- Профессиональный стандарт 06.043 Специалист по интернет-маркетингу.

Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 N 54635).

- Профессиональный стандарт 11.013 Графический дизайнер.

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. N 95н

- Профессиональный стандарт 08.035 Маркетолог.

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н

- Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам.

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 года N 629н.

- Отраслевые/корпоративные стандарты

Индустриальные стандарты Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР)

- Квалификационные характеристики (профессиограмма)

Должен знать:

Специалист по рекламе занимается планированием и осуществлением рекламных кампаний. Разрабатывает концепцию, придумывает основную идею, выбирает средства для ее реализации. Решает все организационные вопросы, связанные с проведением кампании. На каждом этапе проводит оценку соответствия замысла и реакции аудитории. Корректирует то, что необходимо. Исследует эффективность. Заботится о соблюдении закона о рекламе.

Профессионально важные качества:

- креативность
- хорошая память
- художественный вкус
- коммуникабельность
- организаторские способности

Медицинские противопоказания

- нарушения функций опорно-двигательного аппарата;
- выраженные сердечно-сосудистые заболевания;
- нервные и психические заболевания.

Родственные профессии

Маркетолог, специалист по связям с общественностью, социолог, дизайнер, менеджер.

Нормативно-правовые документы

- Федеральный Закон "О рекламе" № 38 от 13.03.2006 (с изменениями от 08.08.2024 № 303-ФЗ)
- Кодекс РФ об административных правонарушениях;
- Гражданский кодекс РФ;
- Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 "О защите прав потребителей " (с изменениями. от 08.08.2024 № 232-ФЗ)
- Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ "О защите конкуренции" (с изменениями от 08.08.2024 № 275-ФЗ)
- постановление Правительства РФ от 30.06.2004 № 331 "Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе" (ред. от 18.07.2024)
- постановление Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 "Об утверждении правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе" (ред. от 07.05.2022)
- Приказ ФАС России от 09.12.2020 N 1203/20 "Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по осуществлению государственного надзора в сфере рекламы путем проведения внеплановых проверок соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе.
- Приказ ФАС России от 01.06.2015 N 405/15 "Об утверждении Порядка подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе "О рекламе"
- ГОСТ Р 52044-2003. «Наружная реклама на дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»
- законы городов и субъектов Российской Федерации, регулирующие рекламную деятельность. (Например, Постановление Правительства Республики Калмыкия от 05.06.2014 N 225 "О порядке предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений и об установлении предельных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций)
- Постановление Госстандарта России от 22 апреля 2003 г. N 124-ст

Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции определяется профессиональной областью специалиста и базируется на требованиях современного рынка труда к данному специалисту.

№ п/п	Виды деятельности/трудовые функции
1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
2	Проводить анализ объема рынка.
3	Проводить анализ конкурентов.
4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
5	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
6	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
8	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
9	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
10	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
11	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
13	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
14	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.