ВСЕРОССИЙСКОЕ
ЧЕМПИОНАТНОЕ
ДВИЖЕНИЕ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ
МАСТЕРСТВУ

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«Реклама»

Региональный этап Чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы»

Иркутская область

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 ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
1.1. Общие сведения о требованиях компетенции ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
1.2. Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции «_____» **Ошибка! Закладка**
1.3. Требования к схеме оценки ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
1.4. Спецификация оценки компетенции ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
1.5. Конкурсное задание ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) **Ошибка! Закладка не определе**
2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
2.1. Личный инструмент конкурсанта ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
2.2. Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке **Ошибка! Закладка не опре**
3. ПРИЛОЖЕНИЯ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

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

2. 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"

3. 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

4. 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

5. 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	5%

	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	
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	28%

	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	
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	9%

	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	
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
		А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	
Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ	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**	Оцениваются стратегические и тактические рекламные

	тактическое планирование рекламных мероприятий	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]: 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.

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

Таблица №4

Матрица конкурсного задания

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/вариатив	ИЛ	КО
1	2	3	4	5	6	7
Коммуникация с заказчиком	Составление брифа	ФГОС 42.02.01	А	Константа	Общий	Общий
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]

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

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

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 в городе Иркутске.

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.