



ВСЕРОССИЙСКОЕ
ЧЕМПИОНАТНОЕ
ДВИЖЕНИЕ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ
МАСТЕРСТВУ

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ «РЕКЛАМА»

регионального этапа чемпионата по
профессиональному мастерству «Профессионалы»
в 2026 г.

Иркутская область

(субъект РФ)

2026 г.

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в котором установлены ниже следующие 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
1.1. Общие сведения о требованиях компетенции	4
1.2. Перечень профессиональных задач специалиста.....	4
по компетенции «Реклама».....	4
1.3. Требования к схеме оценки.....	9
1.4. Спецификация оценки компетенции	10
1.5. Содержание конкурсного задания	11
1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания	11
1.5.2. Структура модулей конкурсного задания	12
2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ	18
3. Приложения	20

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

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	<p>Организация труда, бережливое производство Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	<p>Пользование ПО и интернет-ресурсами Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Специалист должен уметь:</p>	16%

	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	
3	<p>Креатив и качество разработки рекламы Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 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 	28%

	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<p>Аналитические исследования Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	<p>Разработка стратегии рекламы и эффективного продвижения Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	33%

	<ul style="list-style-type: none"> - Эффективно настраивать рекламную кампанию по поисковому продвижению для достижения максимальных КРІ - Эффективно настраивать таргетинговую рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ 	
6	<p>Профессиональные коммуникации и менеджмент Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	Оцениваются навыки проведения презентации, тайминг, способность доказать соответствие выбранных креативных

	решений	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. Содержание конкурсного задания

Общая продолжительность Конкурсного задания: 18,5 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 (инвариант) – пяти модулей, и вариативную часть – двух модулей. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

Обязательная к выполнению часть (инвариант) выполняется всеми регионами без исключения на всех уровнях чемпионатов.

Количество модулей из вариативной части, выбирается регионом самостоятельно в зависимости от потребностей работодателей региона в соответствующих специалистах. В случае если ни один из модулей вариативной части не подходит под запрос работодателя конкретного региона, то вариативный(е) модуль(и) формируется регионом

самостоятельно под запрос работодателя. При этом, время на выполнение модуля(ей) и количество баллов в критериях оценки по аспектам не меняются (Приложение 3. Матрица конкурсного задания).

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания

Модуль А. Коммуникация с заказчиком (инварианта)

Время на выполнение модуля 2 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 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:

На основе документов из Модуля_А необходимо разработать детальную стратегию/тактику продвижения объекта рекламирования, включая постановку конкретных задач рекламных мероприятий, разработку

стратегических/тактических решений в соответствии с поставленной целью и задачами, перечень способов и каналов продвижения объекта рекламирования, формирование бюджета и медиаплана на основе составленного плана рекламных мероприятий. Также необходимо указать способы предварительной оценки эффективности 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 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:

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 4 часа

Описание задания:

Определить идею рекламного продвижения объекта рекламирования. Разработать нейм в соответствии с профилем заказчика и потребностями целевой аудитории, протестировать его с точки зрения конкурентоспособности. Разработать слоган в соответствии с профилем заказчика и протестировать его на оригинальность. Создать концепт логотипа в трех вариантах, определить и аргументировать выбранный итоговый вариант логотипа. Разработать дополнительные константы в соответствии с выявленными потребностями заказчика (не менее двух). 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 подтверждения тестирования нейма с точки зрения конкурентоспособности
- Наличие слогана в соответствии с профилем заказчика
- Наличие подтверждения тестирования слогана на оригинальность
- 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:

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 3 часа

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

Описание задания:

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

- перечень необходимых рекламных носителей с обоснованием;
- макеты для каждого канала рекламы, выбранного в Модуле Б;
- мокапы для выбранного рекламного носителя с привязкой к региональному компоненту;
- рекламное мероприятие/план/концепцию в соответствии результатам выполнения Модуля Б;
- контент для каждого носителя рекламы и мероприятия.

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 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:

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 КОМПЕТЕНЦИИ¹

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 жеребьевки выбрать Кейс. Всего предлагается три варианта кейса. Образец Кейса расположен в приложении №5.

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.

¹ Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.

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 – 18,5 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. Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания

Приложение 2. Матрица конкурсного задания

Приложение 3. Инструкция по охране труда

Приложение 4. Чек-лист компетенции

Приложение 5. Образец Кейса

ВАРИАНТ 1

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 посылы 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 Ваши предложения.

ВАРИАНТ 2

Вашему вниманию предлагается разработать рекламную кампанию и материалы для последующего продвижения магазина зоотоваров «Зооторг». Магазин зарегистрирован 30 августа 2018 года. Деятельность магазина осуществляется при наличии лицензии. Все товары имеют сертификат. География работы: Обнинск, Малоярославец, Калужская область.

Адреса магазинов:

1. Калужская область, г. Малоярославец, ул. Кирова д.1. Часы работы: ежедневно с 10:00 до 20:00

2. Калужская область, г. Малоярославец, Ул. Московская д.16. Часы работы: ежедневно с 10:00 до 20:00

3. Калужская область, г. Обнинск, ул. Ленина д. 137 к.1 Часы работы: ежедневно с 10:00 до 21:00, ТЦ «Спутник», 1-ый этаж

4. Калужская область, г. Обнинск, ул. Усачева д. 3 Часы работы: ежедневно с 10:00 до 21:00

Менее года назад дополнительно был запущен сайт в формате интернет-магазина: <http://torgzoo.ru/>

В настоящее время активно используются социальные сети, например, группа Вконтакте. Необходим ребрендинг для сети зоомагазинов с возможностью частичного сохранения элементов текущего фирменного стиля (см. на сайте). Необходима посадочная страница в рамках текущего сайта для запуска новой услуги – груминга или новый сайт с учетом данной услуги.

Бюджет на продвижение: 1500.000 рублей.

Специализированный зоомагазин предлагает корм для животных высокого качества от мировых и отечественных производителей, а также другие товары для животных: собак, кошек, грызунов, птиц, рыб и рептилий. Наш зоомагазин обеспечит питомца всем необходимым.

Ассортимент:

- сухой и влажный корм;
- лакомства;
- наполнители;
- содержание и уход;
- ветаптека;
- игрушки;
- сумки и переноски;
- товары для аквариумистики и террариумистики.

Мы стараемся обеспечить клиентам максимальное качество обслуживания при сохранении привлекательных цен. Наши зоомагазины являются гипермаркетами с широким ассортиментом товаров для животных. Также наши покупатели могут найти ветеринарную аптеку и получить рекомендации специалистов. Мы уверены, Вы найдете интересующий вас товар.

Наши отличительные особенности:

- Широкий ассортимент. Представлено большинство торговых марок для удовлетворения потребностей ваших питомцев
- Ветеринарная аптека в магазине
- Доброжелательный персонал, готовый ответить на все ваши вопросы по кормлению и уходу за питомцем
- Регулярные мастер-классы по уходу за питомцами
- Системы скидок и дни тотальных распродаж

ВАРИАНТ 3

ЗАО «Самарский гипсовый комбинат» - одно из крупнейших предприятий гипсовой отрасли России. В 2021 году предприятие отметило свое 77-летие.

Продукция ЗАО «СГК» применяется на 14 отраслевых рынках, в том числе в строительстве, нефте- и угледобыче, декоративной отделке, медицине, сельском хозяйстве, ювелирном деле, производстве сухих строительных смесей, санитарно-строительных изделий и т.д.

География поставок охватывает всю территорию России, все страны СНГ, а также дальнейе зарубежье – Индия, Китай, ОАЭ.

Основным приоритетом компании является создание продуктов на основе гипса под определённую задачу потребителя.

Так только в 2021 году на рынок выпущено более 10 новых продуктов.

В 2021 году Самарский гипсовый комбинат открыл для себя новое направление бизнеса – продукты для косметологии. Была создана целая линейка гипсовых масок (6 продуктов).

<https://samaragips.ru/catalog/gipsovye-maski/>

<http://gypsumask.ru/>

Продукт предназначен для проведения процедур в салоне. НЕ ДЛЯ ДОМАШНЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.

Продукция:

Для лица:

- лифтинг
- горячий шоколад термолифтинг
- угольная очищающая
- витаминная

Для тела: для коррекции контуров тела

Видеоролик о способе применения:

https://vkvideo.ru/video366313037_456239069

Продукцию можно приобрести как на сайте производителя (обратный звонок), так и на маркетплейсе (Озон).

При планировании рекламной кампании необходимо учитывать дистрибьюторов косметологической продукции, а также салоны красоты, косметологии, фитнес и велнес-центры.

Задача рекламной кампании: сформировать спрос на услуги гипсового моделирования в салонах красоты.

Бюджет на продвижение: минимально возможный 1500000 рублей.

География работы: Самарская область, Московская область, Ленинградская область.