КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ
категория «Школьники»

Компетенция: spetsialist-po-reklame-r

Выдержка из официального конкурсного задания, опубликованного на abilympics-russia.ru (раздел «Компетенции 2026»).
Страницы источника, относящиеся к категории, приведены далее в исходном виде.

Собрано автоматически: Региональный центр Абилимпикс республики Башкортостан.

2. Конкурсное задание

2.1. Краткое описание задания

2.1.1. Категория участников «ШКОЛЬНИКИ»:

Задание: Разработка рекламной кампании

Модуль А. Коммуникация с заказчиком. Составление технического задания

определить цели рекламной кампании (РК);

определить и описать целевую аудиторию (ЦА);

представить конкурентов;

проанализировать состояние рынка;

создать бриф в табличной форме.

Модуль Б. Планирование рекламной кампании

определить задачи рекламной кампании (РК);

определить перечень способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги;

запланировать примерный рекламный бюджет.

Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании

определить УТП организации;

разработать нейм;

разработать слоган рекламной кампании;

выполнить первичную визуализацию идеи посредством мудборда.

Модуль Г. Создание и проведение презентации

подготовить электронную презентацию о ходе разработки РК (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией результатов работы по всем модулям;

провести публичную презентацию проекта РК.

2.1.2. Категория участников «СТУДЕНТЫ»:

Задание: Разработка рекламной кампании

Модуль А. Коммуникация с заказчиком. Составление технического задания

определить цели рекламной кампании (РК);

провести анализ рынка;

провести анализ конкурентной среды;

определить и описать целевую аудиторию (ЦА);

определить конкурентные преимущества заказчика;

создать бриф в табличной форме.

Модуль Б. Планирование рекламной кампании

определить задачи рекламной кампании (РК);

разработать план рекламной кампании в соответствии с поставленными целями и задачами;

определить перечень способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги;

распределить рекламный бюджет;

указать потенциальные способы оценки эффективности РК.

Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании

выделить идеи рекламной кампании на основе анализа конкурентной среды и целевой аудитории (ЦА);

выделить инсайт /УТП / оффер (по выбору) для рекламной кампании;

разработать нейм и протестировать его на оригинальность;

разработать слоган кампании и протестировать его на оригинальность;

выполнить первичную визуализацию идеи посредством мудборда;

создать логотип.

Модуль Г. Создание и проведение презентации

подготовить электронную презентацию о ходе разработки РК (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией результатов работы по всем модулям;

провести публичную презентацию проекта РК.

2.1.3. Категория участников «СПЕЦИАЛИСТЫ»:

Задание: Разработка рекламной кампании

Модуль А. Коммуникация с заказчиком. Составление технического задания

определить цели рекламной кампании (РК);

провести анализ рынка;

провести анализ конкурентной среды;

определить и описать целевую аудиторию (ЦА);

определить конкурентные преимущества заказчика;

создать бриф в табличной форме.

Модуль Б. Планирование рекламной кампании

определить задачи рекламной кампании (РК);

разработать план рекламной кампании в соответствии с поставленными целями и задачами;

определить перечень способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги;

распределить рекламный бюджет;

указать потенциальные способы оценки эффективности РК.

Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании

выделить идеи рекламной кампании на основе анализа конкурентной среды и целевой аудитории (ЦА);

выделить инсайт / УТП / оффер (по выбору) для рекламной кампании;

разработать нейм и протестировать его на оригинальность;

разработать слоган кампании и протестировать его на оригинальность;

выполнить первичную визуализацию идеи посредством мудборда;

создать логотип.

Модуль Г. Создание и проведение презентации

подготовить электронную презентацию о ходе разработки РК (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией результатов работы по всем модулям;

провести публичную презентацию проекта РК.

2.2. Структура и подробное описание конкурсного задания

Категория участников	Наименование и описание модуля	Время	Результат
Школьники	**Модуль А.** Коммуникация с заказчиком. Составление технического здания	1 час	- определены цели рекламной кампании (рк); - определена и описана целевая аудитория (ца); - представлены конкуренты; проанализировано состояния рынка; - создан бриф в табличной форме
	Модуль Б. Планирование рекламной кампании	1 час	- определены задачи рекламной кампании (рк); - определен перечень способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги; - запланирован примерный рекламный бюджет
	Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании	1 час	- определено УТП организации; (УТП — уникальное торговое предложение, средний род) разработан нейм; - разработан слоган рекламной кампании; - выполнена первичная визуализация идеи посредством мудборда

			визуализация идеи посредством мудборда; (добавлено слово для согласования); - создан логотип
	Модуль Г. Создание и проведение презентации	30 мин	- подготовлена электронная презентация о ходе разработки РК (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией результатов работы по всем модулям; - проведена публичная презентация проекта РК
Время выполнение всех модулей: **2 часа**			

2.3 Последовательность выполнения задания.

По решению главного эксперта соревнования могут проводиться по одному или двум модулям (например, только по 1 модулю, только по 1 и 2 модулям или только 2 и 3). Такое решение может быть принято до проведения соревнований либо в ходе их проведения.

На выполнение каждого модуля отводится 1 час, если иная продолжительность не установлена главным экспертом.

Результатом выполнения каждого модуля является соответствующий раздел разработки рекламной кампании, который может быть представлен в виде заполненных форм (бланки форм могут раздаваться участникам перед началом выполнения конкурсного задания), графической презентации, таблиц и (или) текстового описания, выполненных на компьютере или ином устройстве с использованием любых программ, либо в рукописной или устной форме.

После завершения выполнения конкурсного задания участники устно представляют результаты его выполнения перед экспертами с использованием материалов, которые были подготовлены ими во время выполнения задания. Для этого участникам предоставляется возможность использования по их выбору экрана для представления материалов в электронной форме, флип-чарта либо возможности раздать экспертам материалы на бумажном носителе.

2.3.1. Категория участников «ШКОЛЬНИКИ»:

Модуль А. Коммуникация с заказчиком. Составление брифа (инварианта)

Время на выполнение модуля 1 час

Описание задания:

- заполнение формы_1 и размещение ее в папке модуль_А;
- определение целей рекламной кампании (рк);
- определение и описание целевой аудитории (ца);
- создание брифа в табличной форме.

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

- наличие в папке модуль_1 файла форма_1.pdf;
- наличие в форме_1 брифа в табличном виде;
- наличие в брифе информации о компании, продвигаемом товаре/услуге;
- наличие в брифе описания целей (цели) рк;
- наличие в брифе информации о ца;
- наличие в брифе о основных характеристиках рынка;
- наличие в брифе информации о конкурентных преимуществах заказчика.

Модуль Б. Планирование рекламной кампании (инварианта)

Время на выполнение модуля 1 час

Описание задания:

- заполнение формы_2 и размещение ее в папке модуль_Б;
- определение задач рекламной кампании (рк);
- определение перечня способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги;
- распределение рекламного бюджета.

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

- наличие в папке модуль_2 файла форма_2.pdf;
- наличие в форме_2 конкретных задач рекламной кампании;
- наличие в форме_2 перечня способов и каналов продвижения;
- наличие в форме_2 рекламного бюджета с распределением рекламных статей.

Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании (инварианта)

Время на выполнение модуля 1 час

Описание задания:

- заполнение формы_3 и размещение ее в папке модуль_3;
- выделение инсайта/утп/оффера (по выбору) для рекламной кампании;
- разработка нейма и тестирование его на оригинальность;
- разработка слогана кампании и тестирование его на оригинальность;
- первичная визуализация идеи посредством мудборда.

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

- наличие файла Форма_3.pdf в папке Модуль_В;
- наличие в форме_3 инсайта/утп/оффера (по выбору);
- наличие нейма в форме_3;
- наличие слогана в форме_3;
- наличие мудборда в форме_3;
- наличие в форме_3 скриншотов, подтверждающих оригинальность нейма;
- наличие в форме_3 скриншотов, подтверждающих оригинальность слогана;
- наличие файла мудборд.pdf в папке модуль_В;
- компьютер по окончании работ выключен;
- электропитание на рабочем месте, например, сетевой фильтр, по окончании работ выключено.

Модуль Г. Создание и проведение презентации

Время на выполнение модуля 1 час

Представить экспертам презентацию проекта, включающую концепцию проекта

Само представление должно занимать не более 6 минут. Презентация, в дополнение к презентации PowerPoint, может также включать в себя любые другие подходящие элементы.

Соблюдение временного регламента является существенным, так как презентация будет остановлена, если участник выйдет за предложенные временные рамки.

Эксперты могут задавать вопросы. Зрители (посетители) чемпионата могут наблюдать за происходящим на соревновательной площадке.

Оценка презентации строится на основе учета критерия креативности (творчества), способности участника приводить доводы и обоснованные аргументы.

Описание задания:

- размещение файла презентация в папке модуль_4;
- подготовка электронной презентации о ходе разработки рк (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией результатов работы по всем модулям;
- публичное проведение презентации проекта рк;

– 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 рк в папке модуль_Г;
– использование в презентации элементов анимации или видео (например, gif);
– использование в презентации графиков/инфографики;
– использование материалов из модулей 1, 2, 3;
– 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.

2.3.2. Категория участников «СТУДЕНТЫ»:

Модуль А. Коммуникация с заказчиком. Составление брифа (инварианта)
Время на выполнение модуля 1 час
Описание задания:
– заполнение формы_1 и размещение ее в папке модуль_А;
– определение целей рекламной кампании (рк);
– проведение анализа рынка;
– проведение анализа конкурентной среды;
– определение и описание целевой аудитории (ца);
– определение конкурентных преимуществ заказчика;
– создание брифа в табличной форме.

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
– наличие в папке модуль_А файла форма_1.pdf;
– наличие в форме_1 брифа в табличном виде;
– наличие в брифе информации о компании, продвигаемом товаре/услуге;
– наличие в брифе описания целей (цели) рк;
– наличие в форме_1 анализа рынка;
– наличие в форме_1 анализа конкурентной среды;
– наличие в брифе информации о ца
– наличие в брифе информации о конкурентных преимуществах заказчика.

Модуль Б. Планирование рекламной кампании (инварианта)
Время на выполнение модуля 1 час
Описание задания:
– заполнение формы_2 и размещение ее в папке модуль_Б;
– определение задач рекламной кампании (рк);
– разработка плана рекламной кампании в соответствии с поставленными целями и задачами;
– определение перечня способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги;
– распределение рекламного бюджета;
– указание потенциальных способов оценки эффективности рк.

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
– наличие в папке модуль_2 файла форма_2.pdf;
– наличие в форме_2 конкретных задач рекламной кампании;