КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ
категория «Специалисты»

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

	Модуль Г. Создание и проведение презентации	1 час	- 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: **4 часа**			
Студенты	**Модуль А.** Коммуникация с заказчиком. Составление технического здания	1 час	- определены цели рекламной кампании (РК); - проведен анализ рынка; - проведен анализ конкурентной среды; - определена и описана целевая аудитория (ЦА); - определены конкурентные преимущества заказчика; - создан бриф в табличной форме
	Модуль Б. Планирование рекламной кампании	1 час	- определены задачи рекламной кампании (РК); - разработан план рекламной кампании в соответствии с поставленными целями и задачами; - определен перечень способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги; - распределен рекламный бюджет; - указаны потенциальные способы оценки эффективности РК
	Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании	1 час	- выделены идеи рекламной кампании на основе анализа конкурентной среды и целевой аудитории (ЦА); - выделены инсайт/УТП/оффер (по выбору) для рекламной кампании; (исправлено с «выделен инсайта») разработан нейм и протестирован на оригинальность; - разработан слоган кампании и протестирован на оригинальность; - выполнена первичная визуализация идеи посредством

			мудборда; (добавлено слово для согласования); - создан логотип
	Модуль Г. Создание и проведение презентации	1 час	- 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: **4 часа**			
Специалисты	**Модуль А.** Коммуникация с заказчиком. Составление технического здания	30 мин	- определены цели рекламной кампании (РК); - проведен анализ рынка; - проведен анализ конкурентной среды; - определена и описана целевая аудитория (ЦА); - определены конкурентные преимущества заказчика; - создан бриф в табличной форме
	Модуль Б. Планирование рекламной кампании	30 мин	- определены задачи рекламной кампании (РК); - разработан план рекламной кампании в соответствии с поставленными целями и задачами; - определен перечень способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги; - распределен рекламный бюджет; - указаны потенциальные способы оценки эффективности РК
	Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании	30 мин	- выделены идеи рекламной кампании на основе анализа конкурентной среды и целевой аудитории (ЦА); - выделены инсайт/УТП/оффер (по выбору) для рекламной кампании; (исправлено с «выделен инсайта»); - разработан нейм и протестирован на оригинальность; - разработан слоган кампании и протестирован на оригинальность; - выполнена первичная

			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

– Использование в презентации графиков/инфографики
– Использование материалов из Модулей А, Б, В
– 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.

2.3.3. Категория участников «СПЕЦИАЛИСТЫ»:
Модуль А. Коммуникация с заказчиком. Составление брифа (инварианта)
Время на выполнение модуля 30 минут
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_А файла форма_А.pdf;
– наличие в форме_А 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 30 минут
Описание задания:
– заполнение формы_Б 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_Б файла форма_Б.pdf;
– наличие в форме_Б конкретных задач рекламной кампании;
– наличие в форме_Б перечня способов и каналов продвижения;
– наличие в форме_Б рекламного бюджета с распределением рекламных статей.

Модуль В. Разработка ключевых элементов рекламной кампании (инварианта)
Время на выполнение модуля 30 минут
Описание задания:
– заполнение формы_В и размещение ее в папке модуль_В;
– 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_В.pdf в папке Модуль_В;

– наличие в форме_В инсайта/утп/оффера (по выбору);
– наличие нейма в форме_В;
– наличие слогана в форме_В;
– наличие мудборда в форме_В;
– наличие в форме_В скриншотов, подтверждающих оригинальность нейма;
– наличие в форме_В 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 30 минут

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_Г;
– 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 А, Б, В;
– 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.

Особые указания по компетенции:

В процессе выполнения задания участники используют компьютеры подключенные к Интернет.

По решению главного эксперта участники могут использовать при выполнении задания формы для заполнения, соответствующие структуре задания, которые предоставляются участникам по их выбору на бумажном носителе или в электронной форме.

Рекомендуется организовать во время выполнения задания консультации для участников независимыми экспертами: предпринимателями, представителями институтов развития, потенциальных работодателей, общественных объединений или иных некоммерческих организаций предпринимателей, экспертами по маркетингу, юристами и другими специалистами в целях

оказания помощи участникам в выполнении конкурсного задания.

Не допускается присутствие на конкурсной площадке наставников участников, их преподавателей или иных сопровождающих участников лиц, за исключением случаев, когда участнику в силу инвалидности или ограниченных возможностей здоровья требуется помощь в оформлении или представлении результатов выполнения конкурсного задания.

При проведении участниками презентаций итогов выполнения конкурсного задания допускается присутствие зрителей. Рекомендуется привлекать в качестве зрителей представителей потенциальных работодателей и организаций, которые могут принять участников чемпионата для прохождения стажировки или производственной практики.

Соревнования проводятся в течение одного дня, за исключением случаев проведения отборочного тура при наличии большого числа участников.

2.4. Региональный (вариативный):

Примеры изменений для регионального (вариативного) модуля:

Содержанием конкурсного задания являются основные направления рекламной деятельности: коммуникации с заказчиком, ключевые элементы рекламной кампании и её планирование, создание графики и инфографики, разработка рекламной кампании в СМИ, создание и проведение презентаций.

Участники соревнований получают КЕЙС. Кейс разрабатывается регионом самостоятельно в зависимости от материальных возможностей площадки соревнований и потребностей работодателей региона в соответствующих специалистах

В кейсе прописывается вся необходимая информация о заказчике, рекламируемом продукте/услуге, цель обращения заказчика, бюджет рекламной кампании и его фрагментация по каналам рекламы (если требуется). Также оговаривается срок рекламной кампании и другая дополнительная информация.

Конкурсное задание имеет четыре модуля, выполняемых последовательно. Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты оговариваются в задании по каждому модулю.

В начале работы над заданием модуля главный эксперт предоставляет доступ к форме, которую участник должен заполнить результатами выполнения модуля (кроме Модуля Г, где формы нет).

Заполненную форму и другие 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.

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 – 4 часа.

Конкурсное задание должно выполняться помодульно от Модуля_А до Модуля_Г. Оценка результатов производится по модульно в той же последовательности.

2.5. Критерии оценки выполнения задания

Категория участников	Наименование и описание модуля	Тип критерия (оценочный/ измеримый)	Макс. балл
Школьники	**Коммуникация с заказчиком. Составление брифа** Составление брифа Качество аналитики рынка	И	23
	Планирование рекламной кампании План рекламной кампании Эффективность рекламной кампании	И	23
	Разработка ключевых элементов рекламной кампании Ключевые элементы РК Качество и оригинальность разработок	И	30
	Создание и проведение презентации Полнота контента Организация и проведение презентации Раскрытие темы Коммуникация с аудиторией	И	24
		ОБЩЕЕ:	**100**
Студенты	**Коммуникация с заказчиком. Составление брифа** Составление брифа Качество аналитики рынка	И	28
	Планирование рекламной кампании План рекламной кампании Эффективность рекламной кампании	И	23
	Разработка ключевых элементов рекламной кампании Ключевые элементы РК Качество и оригинальность разработок	И	27
	Создание и проведение презентации Полнота контента Организация и проведение презентации Раскрытие темы Коммуникация с аудиторией	И	22
		ОБЩЕЕ:	**100**
Специалисты	**Коммуникация с заказчиком. Составление брифа** Составление брифа Качество аналитики рынка	И	28
	Планирование рекламной кампании План рекламной кампании Эффективность рекламной кампании	И	23
	Разработка ключевых элементов рекламной кампании Ключевые элементы РК Качество и оригинальность разработок	И	27
	Создание и проведение презентации Полнота контента Организация и проведение презентации Раскрытие темы	И	22

	Коммуникация с аудиторией		
		ОБЩЕЕ:	**100**

3. Перечень специальной одежды, оборудования, инструментов и расходных материалов, которые участник может привезти с собой на площадку проведения чемпионата.

3.1. Требуемая специальная одежда участникам по компетенции в соответствии с требованиями охраны труда и техники безопасности: школьники/студенты/специалисты (при необходимости оформляется отдельно по категориям):

Требуемая специальная одежда (участник обязан привезти с собой) (Школьники/Студенты/Специалисты)					
№ п/п	Наименование	Технические характеристики	Ссылка на образец (при необходимости)	Ед. измерения	Необходимое кол-во
	Не требуется				

3.2. Рекомендуемый перечень оборудования и инструментов для участников категорий: школьники, студенты, специалисты (при необходимости оформляется отдельно для каждой категории), которые участник может привезти с собой:

Рекомендуемый набор оборудования/инструментов (участник может привезти с собой) (Школьники/Студенты/Специалисты (при необходимости оформляется отдельно по категориям))					
№ п/п	Наименование	Технические характеристики	Ссылка на образец (при необходимости)	Ед. измерения	Необходимое кол-во
	Не требуется				

3.3. Инфраструктурный лист застройки площадки предоставляется в виде отдельного документа (приложения) в формате Excel (.xlsx)

4. Минимальные требования к оснащению рабочих мест с учетом всех основных нозологий

Вид нозологии	Площадь, м.кв.	Ширина прохода между рабочими местами, м.	Специализированное оборудование, количество*
Рабочее место участника с нарушением слуха	3000х1900	1,5 м	Для участников с нарушением слуха необходимо предусмотреть: а) наличие звукоусиливающей аппаратуры, акустической системы, информационной индукционной системы, наличие индивидуальных наушников; б) наличие на площадке переводчика русского жестового языка (сурдопереводчика); в) оформление конкурсного задания в доступной текстовой информации.
Рабочее место участника с нарушением зрения	3000х1900	1,5 м	Для участников с нарушением зрения необходимо: а) текстовое описание конкурсного задания в плоскопечатном виде с крупным размером шрифта, учитывающим состояние зрительного анализатора участника с остаточным зрением (в формате Microsoft Word не менее 16-18 пт), дублированного рельефно точечным шрифтом Брайля (при необходимости); б) лупа с подсветкой для слабовидящих; электронная лупа; в) для рабочего места, предполагающего работу на компьютере - оснащение специальным компьютерным оборудованием и оргтехникой: видеоувеличитель; - программы экранного доступа NVDA и JAWS18 (при необходимости); - брайлевский дисплей (при необходимости); в) для рабочего места участника с нарушением зрения, имеющего собаку-проводника, необходимо предусмотреть место для собаки-проводника. г) оснащение (оборудование) специального рабочего места тифлотехническими ориентирами и устройствами, с возможностью использования крупного рельефно-контрастного шрифта и шрифта Брайля, акустическими навигационными средствами, обеспечивающими беспрепятственное нахождение