

ТИПОВОЕ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ
ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ЧЕМПИОНАТА
чемпионатного цикла 2021-2022

КОМПЕТЕНЦИИ
«Реклама»
для основной возрастной категории
16-22 года

Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:

1. Форма участия в конкурсе:	2
2. Общее время на выполнение задания:	2
3. Задание для конкурса	2
4. Модули задания и необходимое время	3
5. Критерии оценки.	9
6. Приложения к заданию.	10

1. **Форма участия в конкурсе:** Индивидуальный конкурс
2. **Общее время на выполнение задания:** 20 ч.
3. **Задание для конкурса**

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, разработка мини-сайтов и их публикация, организация рекламных кампаний по контекстному продвижению и продвижению в социальных сетях, создание и проведение презентаций.

Участники соревнований получают карточку объекта рекламирования.

В карточке объекта рекламирования прописывается вся необходимая информация о заказчике, рекламируемом продукте/услуге, цель обращения заказчика, бюджет рекламной кампании и его фрагментация по видам рекламы. Также в карточке оговаривается срок рекламной кампании и другая дополнительная информация.

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

В начале работ над заданием модуля главный эксперт предоставляет доступ к форме, которую участник должен заполнить результатами выполнения модуля (кроме Модуля I, где формы нет). Также формы дополнительно представлены в Приложении к заданию.

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.

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 – **20** часов (3 дня)

Конкурсное задание должно выполняться по модульно. Оценка результатов также происходит последовательно от модуля к модулю.

4. Модули задания и необходимое время

Таблица 1.

	Наименование модуля	Соревновательный день (С1, С2, С3)	Время на задание
A	Коммуникация с заказчиком. Составление брифа	С1	1,5
B	Планирование рекламной кампании и медиапланирование	С1	3
C	Разработка ключевых элементов рекламной кампании	С1	1,5
D	Копирайтинг	С2	1,5
E	Создание мини-сайта. SEO	С2	2
F	Разработка рекламных носителей	С2	2,5
G	Поисковая реклама	С3	1,5
H	SMM-продвижение	С3	1,5
I	Создание и проведение презентации	С3	5

Модуль А: Коммуникация с заказчиком. Составление брифа

- Описание задания:
 - Заполнение Формы_А и размещение ее в папке Модуль_А
 - Определение целей рекламной кампании (РК)
 - Проведение первичного анализа рынка
 - Проведение первичного анализа конкурентной среды
 - 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 Форме_А первичного анализа рынка
- Наличие в Форме_А анализа конкурентной среды
- Наличие в брифе информации о ЦА
- Наличие в брифе информации о конкурентных преимуществах Заказчика

Модуль В: Планирование рекламной кампании и медиапланирование

- Описание задания:
 - Заполнение Формы_В и размещение ее в папке Модуль_В
 - Определение задач рекламной кампании (РК)
 - Разработка плана рекламной кампании в соответствии с поставленными целью и задачами
 - Определение перечня способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги
 - Распределение рекламного бюджета
 - Разработка медиаплана на основе составленного плана РК
 - Разработка графика подачи рекламы
 - Указание потенциальных способов оценки эффективности РК
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
 - Наличие в папке Модуль_В файла Форма_В.pdf
 - Наличие в Форме_В конкретных задач рекламной кампании
 - Наличие в Форме_В плана рекламной кампании (табличная форма)
 - Наличие в Форме_В перечня способов и каналов продвижения
 - Наличие в Форме_В рекламного бюджета
 - Наличие в Форме_В медиаплана
 - Наличие в медиаплане графика подачи рекламы
 - Наличие в Форме_В перечня способов оценки эффективности каналов продвижения

Модуль С: Разработка ключевых элементов рекламной кампании

- Описание задания:
 - Заполнение Формы_С и размещение ее в папке Модуль_С
 - Выделение идеи рекламной кампании на основе анализа конкурентной среды и ЦА

- 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
- Создание логотипа
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
 - Наличие файла Форма_С.pdf в папке Модуль_С
 - Наличие в Форме_С идеи РК
 - Наличие в Форме_С инсайта/УТП/оффера (по выбору)
 - Наличие нейма в Форме_С
 - Наличие слогана в Форме_С
 - Наличие мудборда в Форме_С
 - Наличие логотипа в Форме_С
 - Наличие в Форме_С скриншотов, подтверждающих оригинальность нейма
 - Наличие в Форме_С скриншотов, подтверждающих оригинальность слогана
 - Наличие файла Мудборд.pdf в папке Модуль_С

Модуль D: Копирайтинг

- Описание задания:
 - Заполнение Формы_D и размещение ее в папке Модуль_D
 - Подбор ключевых слов с максимальными показателями по тематике (не менее 8 словосочетаний)
 - Составление текста рекламного сообщения для сайта объемом не менее 400 знаков с выделенными ключевыми словами (не менее 8 словосочетаний)
 - Составление оригинального рекламного текста для ATL-продвижения
 - Составление оригинального рекламного текста для SMM-продвижения
 - Написание дополнительного рекламного текста
 - Проверка текстов на оригинальность
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
 - Наличие файла Форма_D.pdf в папке Модуль_D
 - Наличие в Форме_D не менее 8 ключевых слов и словосочетаний
 - Наличие в Форме_D рекламного текста_1 для сайта в 400+ знаков

- Наличие в рекламном тексте_1 выделенных ключевых слов (не менее 8)
- Наличие в Форме_D скриншотов с подтверждением эффективности ключевых слов по максимальным показам
- Наличие в Форме_D оригинального рекламного текста_2 для ATL-продвижения
- Наличие в Форме_D оригинального рекламного текста_3 для SMM-продвижения
- Наличие в Форме_D дополнительного рекламного текста_4
- Наличие в Форме_D скриншотов с подтверждением оригинальности/уникальности текстов_1, 2, 3
- Наличие в Форме_D скриншота с подтверждением оригинальности текста_4

Модуль E: Создание мини-сайта. SEO

- Описание задания:
 - Заполнение Формы_E и размещение ее в папке Модуль_E
 - Наполнение сайта (контент)
 - Публикация мини-сайта в интернете
 - Оптимизация макета для SEO-продвижения (по заданию)
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
 - Наличие в папке Модуль_E файла Форма_E.pdf
 - Наличие в файле Форма_E.pdf ссылка на опубликованный сайт
 - Открытие сайта по указанной ссылке
 - Наличие в мини-сайте элементов анимации
 - Наличие в мини-сайте рекламного сообщения из предыдущего модуля (с ключевыми словами)
 - Наличие в мини-сайте элементов графики и инфографики
 - Наличие у сайта 3-х и более страниц
 - Наличие у сайта ссылок на 3 и больше известных ресурса (веб-сайты)
 - Наличие у сайта анкерной ссылки на тематический ресурс в соц.сетях
 - Наличие у сайта ссылок на тематические социальные сети (3 и более)
 - Наличие у сайта указания активной локации (адрес, карта)
 - Наличие у сайта инструмента целевого действия (например, кнопки)
 - Наличие у сайта формы обратной связи или лидогенерации

Модуль F: Разработка рекламных носителей

- Описание задания:
 - Заполнение Формы_ F и размещение ее в папке Модуль_ F
 - Разработка перечня необходимых рекламных носителей с кратким обоснованием
 - Разработка макетов 2-х рекламных носителей с использованием материалов из Модуля_ D и Модуля_ E
 - Разработка макета дополнительного рекламного носителя
 - Визуализация рекламных носителей с помощью мокапов (по числу носителей)
 - Размещение макетов носителей в папке Модуль_ F в pdf-формате
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
 - Наличие в папке Модуль_ F файла Форма_ F.pdf
 - Наличие в Форме_ F перечня необходимых рекламных носителей
 - Наличие в Форме_ F краткого обоснования выбора рекламных носителей
 - Наличие в Форме_ F рекламного носителя_ 1
 - Наличие в Форме_ F рекламного носителя_ 2
 - Наличие в Форме_ F дополнительного рекламного носителя_ 3
 - Наличие в Форме_ F мокапов для носителя_ 1 и носителя_ 2
 - Наличие в Форме_ F мокапов для дополнительного носителя_ 3
 - Наличие в папке Модуль_ F файла Носитель_ 1.pdf
 - Наличие в папке Модуль_ F файла Носитель_ 2.pdf
 - Наличие в папке Модуль_ F файла Носитель_ 3.pdf
 - Наличие хотя бы в одном из носителей QR-code с линком на опубликованный сайт (Модуль_ E)

Модуль G. Поисковая реклама

- Описание задания:
 - Заполнение Формы_ G и размещение в папке Модуль_ G
 - Организация рекламной кампании по контекстному продвижению сообщения о продукте/услуге (без публикации)
 - Подбор ключевых слов (не более 4-х, можно из Модуля_ D)
 - Предварительная оценка эффективности выбранных ключевых слов на показы и CTR/CR (по выбору)

- Заполнение формы рекламного сообщения (заголовок, подзаголовок, текст) с использованием ключевых слов
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
 - Наличие файла Форма_G.pdf в папке Модуль_G
 - Наличие в Форме_G перечня ключевых слов (не более 4-х)
 - Наличие в Форме_G скриншота с подтверждением эффективности ключевых слов по числу показов
 - Наличие в Форме_G скриншота рекламного текста в формате объявления в Яндекс.Директ или GoogleAds
 - Наличие идеи/УТП/оффера в заголовках рекламного объявления
 - Наличие в тексте объявления не менее 4 ключевых слов (словосочетаний)
 - Наличие в объявлении контактов (адрес или телефон)
 - Наличие в Форме_G подтверждения территориальной выборки в рекламной кампании (скриншот)
 - Наличие в объявлении ссылки на созданный сайт
 - Включение автотаргетинга (скрин с ценой в Форме_G)
 - Наличие в Форме_G скриншотов с основными настройками РК поисковой рекламы
 - Наличие в Форме_G скриншота с предварительной оценкой эффективности и стоимости ключевых слов, количества показов, переходов и CTR/CR с возможностью оценки бюджета

Модуль Н. SMM-продвижение

- Описание задания:
 - Заполнение Формы_Н и размещение ее в папке Модуль_Н
 - Составление перечня из не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора
 - Подготовка статьи для публикации в социальных медиа (можно из Модуля_D, можно с доработкой)
 - Публикация статьи в социальных медиа
 - Настройка таргетингового продвижения публикации в социальных медиа
 - Краткое описание стратегии (настроек) продвижения сообщения в социальных медиа и обоснование выбора КРІ (включая расходную составляющую)
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

- Наличие файла Форма_Н.pdf в папке Модуль_Н
- Наличие в Форме_Н рекомендации не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора
- Наличие в Форме_Н статьи для размещения в социальной сети (можно из Модуля_D, можно с доработкой)
- Наличие в Форме_Н ссылки на публикацию статьи в соц.сетях
- Наличие в статье ссылки на опубликованный сайт (линк из Модуля_Е)
- Наличие в Форме_Н описания SMM стратегии РК, включающей статьи расходов (контент-план)
- Наличие в Форме_Н скриншота с настройками таргетингового продвижения опубликованной статьи в социальной сети
- Наличие в Форме_Н данных по предварительной оценке эффективности продвижения в SMM (показатели KPI: например, охваты, частота и количество показов, CPT и т.д.) со стоимостными оценками бюджета продвижения

Модуль I. Создание и проведение презентации

- Описание задания:
 - Размещение файла Презентация в папке Модуль_I
 - 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
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:
 - Наличие файла Презентация с описанием хода разработки РК в папке Модуль_I
 - Использование в презентации элементов анимации или видео (например, GIF)
 - Использование в презентации графики/инфографики
 - Использование материалов из Модулей А, В, С, F
 - Использование материалов из Модулей D, E, G, H
 - Выход на защиту
 - Соблюдение установленного (временного) регламента защиты
 - Все элементы презентации продемонстрированы

5. Критерии оценки

В Таблице 2 определены критерии оценки и количество начисляемых баллов (измеримые и судейские) таблица 2.

Общее количество баллов задания/модуля по всем критериям оценки составляет 100.

Таблица 2.

	Критерий	Баллы		
		Судейские аспекты	Объективные аспекты	Всего
A	Коммуникация с заказчиком. Составление брифа	8	4	12
B	Планирование рекламной кампании и медиапланирование	8	6	14
C	Разработка ключевых элементов рекламной кампании	7	5	12
D	Копирайтинг	5	5	10
E	Создание мини-сайта. SEO	5	5	10
F	Разработка рекламных носителей	4	4	8
G	Поисковая реклама	5	5	10
H	SMM-продвижение	5	7	12
I	Создание и проведение презентации	7	5	12
	Всего	54	46	100

6. Приложения к заданию.

Пример карточки объекта рекламирования

Предлагается разработать рекламную кампанию и материалы для продвижения на рынке компании ООО Дороселия.

Компания открывает в четырех городах России сеть этнических ресторанов кавказской и среднеазиатской кухни.

О наших ресторанах должны узнать все!

Сроки стартовой рекламной кампании – 3 месяца.

Бюджет рекламной кампании 1 120 000 рублей, из них на интернет продвижение – 680 000 рублей.

Контрольная цифра: 12 000 посетителей сайта в месяц. Сайт общий на все 4 ресторана

Города, где открываются наши рестораны:

- **Москва**

м. Алтуфьево, Дмитровское шоссе 163 а.

Тел. +7 (977) 355-80-88

- **Санкт-Петербург**

м. Чкаловская, Чкаловский пр. 8

Тел. +7 (812) 502-71-71

- **Самара**

ул.Куйбышева, 79

Тел. +7 (846) 989 33 32

- **Новосибирск**

Лермонтовский проспект, 10, к.1

Тел. +7 (383) 402-02-71

Мы знакомим наших посетителей со всемирно известными кулинарными традициями кавказской кухни. Мы предлагаем гостям традиционные блюда грузинской, армянской, азербайджанской и аджарской кухонь. Мы предлагаем авторские идеи, благодаря которым традиционные блюда заиграют новыми вкусовыми нотками:

- Шашлыки
- Суп харчо
- Цыпленок табака
- Чебуреки
- Сациви
- Хинкали
- Хачапури
- Далма
- Красные вина

Также мы предлагаем ваши любимые блюда из среднеазиатских республик:

- Плов
- Казан кабоб
- Димляна

- Лагман
- Манты
- Хашлама
- Шаурма

Мы подарим вам новый взгляд на кавказскую и среднеазиатскую кухни.

Оригинальная подача классических блюд в эксклюзивной посуде. Вкуснейшие десерты.

В меню представлены самые яркие блюда и бесспорные хиты восточной кулинарии. В наших ресторанах можно с комфортом наслаждаться ориентал интерьером и хорошей музыкой, а наш персонал всегда готов сопроводить Вас в увлекательный гастрономический тур. Ведь еда — это универсальный язык общения людей.

Наши официанты расскажут Вам не только из чего состоит блюдо, но и технологию его приготовления и даже возможно раскроют секреты наших блюд.

- Средний чек наших ресторанов – 1050 рублей
- Бизнес - ланчи от 350Р
- Вина от лучших производителей Кавказа
- Доставка на дом – бесплатно при заказе от 4 000 рублей

Возможность организации банкетов и различных праздников, включая детские с участием аниматоров. По выходным заведение посещают музыканты, которые исполняют известные российские и зарубежные композиции вживую.

Администрация наших ресторанов проследит за тем, чтобы мероприятие прошло на высшем уровне. Бесплатная парковка возле заведений и точка доступа к сети Интернет на его территории - все это предусмотрено для удобства тех, кто решил посетить наши рестораны. А для тех кто не может к нам приехать, работает служба доставки.

- Банкетные залы на 100-150 персон, средний чек 1400-1800 руб./чел.
- АКЦИЯ скидки 20% на основное меню с 12:00-16:00 по будням

Ждем вас в наших уютных ресторанах. Почувствуйте у нас кавказское дружелюбие и домашний уют.

Форма_А

- **БРИФ (таблица)**

- **ПЕРВИЧНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА**

- **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ**

Форма_В

- **Задачи РК**
- **План РК (таблица)**
- **Перечень способов и каналов продвижения**
- **Бюджет РК**
- **Медиаплан**
- **Способы оценки эффективности РК (перечень)**

ФОРМА_С

- **Идея РК**
- **Инсайт или УТП или оффер (по выбору)**
- **Нейм**
- **Слоган**
- **Мудборд**
- **Логотип**
- **Скриншот, подтверждающий оригинальность нейма**
- **Скриншот, подтверждающий оригинальность слогана**

ФОРМА_D

- **Ключевые слова (не менее 8)**
- **Текст_1** рекламного сообщения для сайта (не менее 400 символов).
Ключевые слова выделить
- **Скрин с подтверждением эффективности ключевых слов по максимальным показам**
- **Текст_2** для ATL продвижения
- **Текст_3** для SMM продвижения
- **Дополнительный рекламный текст_4**
- **Скрин с подтверждением оригинальности текста_1**
- **Скрин с подтверждением оригинальности текста_2**
- **Скрин с подтверждением оригинальности текста_3**
- **Скрин с подтверждением оригинальности текста_4 (дополнительный текст)**

ФОРМА_Е

- **Линк на опубликованный сайт**

ФОРМА_Ф

- **Перечень необходимых носителей с кратким обоснованием**
- **Макет носителя 1**
- **Макет носителя 2**
- **Макет дополнительного носителя**
- **Мокап носителя 1**
- **Мокап носителя 1**
- **Мокап дополнительного носителя**

ФОРМА_G

- **Перечень ключевых слов (не более 4)**
- **Скриншот с подтверждением эффективности ключевых слов по числу показов**
- **Скриншот рекламного объявления в формате текстового объявления в Яндекс.Директ или GoogleAds**
- **Подтверждение территориальной выборки в рекламной кампании (скриншот)**
- **Скрин с подключением автотаргетинга с ценой**
- **Скриншоты с основными настройками РК**
- **Скриншот с предварительной оценкой эффективности и стоимости ключевых слов, количества показов, переходов и CTR/CR с возможностью оценки бюджета**

ФОРМА_Н

- **Рекомендации не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора**
- **Статья для размещения в социальной сети (можно из Модуля_D, можно с доработкой)**
- **Ссылки на публикацию в соц.сетях рекламной статьи с**
- **Описания SMM стратегии, включающей статьи расходов (контент-план)**
- **Скрин с настройками таргетингового продвижения опубликованной статьи в социальной сети**
- **Данные по предварительной оценке эффективности продвижения в SMM (показатели KPI: например, охваты, частота и количество показов, CPT и тд) со стоимостными оценками бюджета продвижения**