

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ
КОМПЕТЕНЦИИ
«Реклама»

Автономная некоммерческая организация "Агентство развития профессионального мастерства (Ворлдскиллс Россия)" (далее WSR) в соответствии с уставом организации и правилами проведения конкурсов установила нижеизложенные необходимые требования владения этим профессиональным навыком для участия в соревнованиях по компетенции.

Техническое описание включает в себя следующие разделы:

1. ВВЕДЕНИЕ.....	3
1.1. НАЗВАНИЕ И ОПИСАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ	3
1.2. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА	Ошибка! Закладка не определена.
1.3. АССОЦИИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ	5
2. СТАНДАРТ СПЕЦИФИКАЦИИ НАВЫКОВ WORLDSKILLS (WSSS)	6
2.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СТАНДАРТЕ СПЕЦИФИКАЦИИ НАВЫКОВ WORLDSKILLS (WSSS)	6
3. ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ	12
3.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ.....	12
4. СХЕМА ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ	13
4.1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ	13
4.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ	14
4.3. СУБКРИТЕРИИ	15
4.4. АСПЕКТЫ.....	15
4.5. МНЕНИЕ СУДЕЙ (СУДЕЙСКАЯ ОЦЕНКА)	16
4.6. ИЗМЕРИМАЯ ОЦЕНКА	16
4.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗМЕРИМЫХ И СУДЕЙСКИХ ОЦЕНОК	16
4.8. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ	17
4.9. РЕГЛАМЕНТ ОЦЕНКИ	18
5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ	20
5.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ.....	20
5.2. СТРУКТУРА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ.....	20
5.3. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ.....	22
5.4. РАЗРАБОТКА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ.....	25
5.5 УТВЕРЖДЕНИЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ.....	27
6. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ И ОБЩЕНИЕ	27
6.1 ДИСКУССИОННЫЙ ФОРУМ	27
6.2. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ЧЕМПИОНАТА.....	28
6.3. АРХИВ КОНКУРСНЫХ ЗАДАНИЙ	28
6.4. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ	28
7. ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ	29
7.1 ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ НА ЧЕМПИОНАТЕ.....	29
7.2 СПЕЦИФИЧНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА, ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КОМПЕТЕНЦИИ	29
8. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ	31
8.1. ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЛИСТ	31

8.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ В ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ ЯЩИКЕ (ТУЛБОКС, TOOLBOX)	31
8.3. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ	31
8.4. ПРЕДЛАГАЕМАЯ СХЕМА КОНКУРСНОЙ ПЛОЩАДКИ.....	32
9. ОСОБЫЕ ПРАВИЛА ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЫ 14-16 ЛЕТ	32

Copyright © «ВОРЛДСКИЛЛС РОССИЯ»

Все права защищены

Любое воспроизведение, переработка, копирование, распространение текстовой информации или графических изображений в любом другом документе, в том числе электронном, на сайте или их размещение для последующего воспроизведения или распространения запрещено правообладателем и может быть осуществлено только с его письменного согласия.

1. ВВЕДЕНИЕ

1.1. НАЗВАНИЕ И ОПИСАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1.1 Название профессиональной компетенции: «Реклама»

1.1.2 Описание профессиональной компетенции.

Компетенция Реклама направлена на подготовку специалистов в сфере рекламы (рекламистов). Рекламист информирует потребителей о продукции и услугах, обеспечивая их сбыт, а также занимается созданием положительного имиджа товара/услуги и его производителя.

Реклама выполняет важнейшую функцию рыночной экономики – стимулирование сбыта и обеспечивает тем самым связь между производством и потреблением. Реклама, выступая как элемент конкуренции, способствует постоянному совершенствованию выпускаемой продукции.

В стандарт рекламы WSR включены как традиционные формы исследования рынка и организации рекламной кампании (РК), например, реклама в СМИ, так и новейшие технологии организации РК, такие как диджитал (цифровая)-реклама в вариантах SEA и SEO, то есть поисковая (контекстная) реклама и оптимизация сайтов, а также продвижение торговой марки в социальных сетях. Важной составляющей компетенции реклама можно считать разработку рекламных носителей и электронных презентаций, а также проведение публичного представления и защиты проекта.

Каждый из девяти модулей компетенции реклама включают в себя цифровые компоненты и технологии.

Объектами профессиональной деятельности рекламиста являются:

- Рекламная кампания
- Рекламные коммуникации
- Процессы разработки и изготовления рекламного продукта/сообщения

- Технологии поискового и таргетингового продвижения в интернете сообщений и сайтов
- Рекламные продукты: рекламные тексты, статьи и сообщения, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, корпоративная и имиджевая рекламная продукция, сайты, полиграфическая продукция.

Реклама – быстроразвивающаяся и непрерывно обновляющаяся компетенция.

На сегодняшний день основными рабочими инструментами рекламиста являются компьютер, планшет, мобильный телефон, интернет и офисное программное обеспечение. Для работы с графикой, презентациями и сайтами рекламист использует специализированное ПО, такое как облачные конструкторы и графические редакторы. Особое значение сегодня уделяется работе со средствами продвижения в интернете – Яндекс.Директ, GoogleAds и социальными сетями.

Очевидно, что в среднесрочной перспективе останутся актуальными все основные виды продвижений: ATL, BTL и Digital (цифровая и интернет-реклама). В долгосрочной перспективе есть выраженная тенденция к максимальному переходу цифровой рекламы в мобильные формы. Остальные форматы рекламы будут постепенно уменьшать свою относительную долю оборотов в пользу цифровой рекламы, но не исчезнут до тех пор, пока существует розничная торговля.

1.2. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА

Документ содержит информацию о стандартах и требованиях, которые предъявляются участникам соревнований различного уровня по рекламе, а также принципы, методы и процедуры, которые регулируют данные соревнования.

Информация о стандартах и требованиях актуальна для студентов ОУ СПО и ВУЗов, обучающихся по ФГОС 42.02.01 (СПО) и 42.03.01 (ВО) и

предполагающих принимать участие в соревнованиях чемпионатных линеек WS и Вузовской.

Также в документе содержатся требования к подготовке школьников, планирующих участие в соревнованиях по рекламе чемпионатной линейки WSJunior.

В документе оговариваются основные принципы, методы и процедуры, которые регулируют вышеуказанные соревнования WS, WSJ и Вузовский чемпионаты.

При этом WSR признаёт авторское право WorldSkills International (WSI). WSR также признаёт права интеллектуальной собственности WSI в отношении принципов, методов и процедур оценки.

Каждый эксперт и участник должен знать и понимать данное Техническое описание.

1.3. АССОЦИИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Поскольку данное Техническое описание содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей профессиональной компетенции, его необходимо использовать совместно со следующими документами:

- WSR, Регламент проведения чемпионата;
- WSR, онлайн-ресурсы, указанные в данном документе.
- WSR, политика и нормативные положения
- Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции

2. СТАНДАРТ СПЕЦИФИКАЦИИ НАВЫКОВ WORLD SKILLS (WSSS)

2.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СТАНДАРТЕ СПЕЦИФИКАЦИИ НАВЫКОВ WORLD SKILLS (WSSS)

WSSS определяет знание, понимание и конкретные компетенции, которые лежат в основе лучших международных практик технического и профессионального уровня выполнения работы. Она должна отражать коллективное общее понимание того, что соответствующая рабочая специальность или профессия представляет для промышленности и бизнеса.

Целью соревнования по компетенции является демонстрация лучших международных практик, как описано в WSSS и в той степени, в которой они могут быть реализованы. Таким образом, WSSS является руководством по необходимому обучению и подготовке для соревнований по компетенции.

В соревнованиях по компетенции проверка знаний и понимания осуществляется посредством оценки выполнения практической работы. Отдельных теоретических тестов на знание и понимание не предусмотрено.

WSSS разделена на четкие разделы с номерами и заголовками.

Каждому разделу назначен процент относительной важности в рамках WSSS. Сумма всех процентов относительной важности составляет 100.

В схеме выставления оценок и конкурсном задании оцениваются только те компетенции, которые изложены в WSSS. Они должны отражать WSSS настолько всесторонне, насколько допускают ограничения соревнования по компетенции.

Схема выставления оценок и конкурсное задание будут отражать распределение оценок в рамках WSSS в максимально возможной степени. Допускаются колебания в пределах 5% при условии, что они не исказят весовые коэффициенты, заданные условиями WSSS.

Раздел		Важность (%)
1	Качество организации рабочего процесса и результатов	35
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Правила охраны труда, безопасные методы работы • Временные ограничения, действующие в отрасли • Отраслевые термины • Соответствующее использование программного обеспечения для получения требуемых результатов • Методы работы в рамках организационных ограничений • Методы работы в команде для достижения общей цели • Структуру брифа (необходимый перечень разделов брифа) • Требования к стандартам и оформлению рекламных носителей, в том числе текстовых и графических • Методы и ПО для обработки текстовой и графической информации • Системы и платформы размещения контекстно-медийной рекламы • Принципы и современные инструменты разработки электронных презентаций, в том числе и облачные <p>Основы компьютерной грамотности</p>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Следовать в своей работе правилам и рекомендациям охраны труда • Придерживаться безопасных методов работы • Выдерживать графики реализации проектов • Организовывать работу в условиях воздействия неблагоприятных внешних условий и наличия временных ограничений • Справляться с многозадачностью • Правильно и качественно оформлять и форматировать электронные документы • Размещать текстовую, графическую и анимационную информацию на страницах вебсайта • Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа • Владеть технологиями подбора ключевых слов и соотносить их с возможностями бюджета РК • Публиковать сайты и использовать приемы внутренней и внешней оптимизации • Использовать технологии оптимизации сайтов для их поискового продвижения • Повышать информационную наглядность сайта • Достигать максимальной эффективности РК • Достигать максимальные показатели рекламного объявления 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Достигать максимальной кликабельности рекламного объявления • Достигать максимальной конверсии рекламной публикации • Использовать современные технические приемы и технологии проведения и управления электронными презентациями • Пользоваться облачными хранилищами • Загружать файлы и папки на сетевые диски • Владеть основами компьютерной грамотности • Конвертировать файлы в нужные форматы 	
2	Аналитика	9
	<p>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 • Способы предварительной оценки эффективности рекламной кампании в интернете • Способы оценки эффективности рекламной кампании в процессе ее проведения • Финальные способы оценки эффективности РК • Способы мониторинга и оценки эффективности отдельных каналов РК 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Производить аналитические исследования рынка • Производить аналитические исследования конкурентной среды • Выявлять целевую аудиторию и требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка • Сравнить рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги) • Создавать бриф с учетом результатов аналитики рынка и конкурентной среды • Анализировать, оценивать и выбирать перспективные виды и формы рекламных носителей • Анализировать, оценивать и выбирать перспективные каналы и средства продвижения рекламных сообщений и торговой марки • Анализировать целевую аудиторию SMM и тематику площадок в социальных медиа • Оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках и группах в социальных сетях • Оценивать эффективность рекламной кампании 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Осуществлять предварительную оценку эффективности для интернет-продвижения • Рассчитывать и интерпретировать количественные и качественные показатели эффективности продвижения 	
3	Креативность и оригинальность	23
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании • Важность подбора и использования инсайта для РК • Важность определения Уникального Торгового Предложения (УТП) при разработке РК • Принципы поиска и подбора оригинального нейма и слогана • Принципы творческого подхода к разработке элементов фирменного стиля • Основы копирайтинга и веб-райтинга 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на целевую аудиторию • Разрабатывать бриф • Находить оригинальные инсайты и УТП для усиления воздействия на ЦА • Выделять перспективные офферы для рекламной кампании • Подбирать оригинальный нейм • Создавать оригинальный слоган • Разрабатывать мудборд • Разрабатывать рекламные тексты • Разрабатывать рекламную графику и инфографику • Представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде мокапов • Использовать литературные навыки и приемы при написании рекламного текста • Создавать рекламные тексты, в том числе и с включением в состав текста оптимально подобранных ключевых слов • Составлять тексты информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа • Разрабатывать дизайн мини-сайтов • Составлять рекламные объявления, привлекательные для целевой аудитории продвигаемого веб-сайта • Оформлять список ключевых слов и адаптировать их в рекламном сообщении • Писать оригинальные рекламные тексты, в том числе и нативного характера • Создавать электронные презентации • Использовать в презентациях элементы видео и анимационных технологий 	

	<ul style="list-style-type: none"> Создавать оригинальные электронные презентации 	
4	Стратегия и продвижение	25
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> Подходы к созданию и оформлению рекламных текстов с учетом особенностей контекстного продвижения Особенности функционирования поисковых систем Основы контекстно-медийной рекламы в интернете Виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети интернет Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы Стратегии размещения рекламных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы Принципы функционирования современных социальных медиа Аудитории различных социальных медиа 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> Определять ключевые цели и задачи рекламной кампании Формировать план рекламной кампании Производить расчет бюджета на проведение рекламной кампании Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки Определять комбинацию основных каналов информирования ЦА Осуществлять медиапланирование Подбирать ключевые слова и словосочетания для поискового продвижения Использовать технологии оптимизации сайтов для их поискового продвижения Использовать специальные профессиональные сервисы для увеличения количества показов сообщений Использовать специальные сервисы для добавления на сайт готовых приложений Использовать рекламные возможности современных социальных медиа 	
5	Профессиональные коммуникации	8
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> Важность учета пожеланий заказчика при составлении брифа Важность учета пожеланий заказчика при составлении плана РК Важность визуальной интерпретация пожеланий заказчика при помощи мудборда Требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Преобразовывать требования заказчика в бриф • Учитывать мнение заказчика при планировании РК • Учитывать мнение заказчика при формировании рекламных сообщений • Использовать формы и методы убеждения ЦА • Использовать специальные методы повышения обратной связи с Аудиторией (залом) • Доводить информацию заказчика до ЦА • Доводить рекламную информацию до ЦА • Организовывать презентации • Уверенно проводить презентации • Использовать приемы риторики • Использовать технологии завоевания внимания аудитории • Владеть вниманием аудитории • Проявлять артистизм 	
Всего		100

3. ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ

3.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Стратегия устанавливает принципы и методы, которым должны соответствовать оценка и начисление баллов WSR.

Экспертная оценка лежит в основе соревнований WSR. По этой причине она является предметом постоянного профессионального совершенствования и тщательного исследования. Накопленный опыт в оценке будет определять будущее использование и направление развития основных инструментов оценки, применяемых на соревнованиях WSR: схема выставления оценки, конкурсное задание и информационная система чемпионата (CIS).

Оценка на соревнованиях WSR попадает в одну из двух категорий: измерение и судейское решение. Для обеих категорий оценки использование точных эталонов для сравнения, по которым оценивается каждый аспект, является существенным для гарантии качества.

Схема выставления оценки должна соответствовать процентным показателям в WSSS. Конкурсное задание является средством оценки для соревнования по компетенции, и оно также должно соответствовать WSSS. Информационная система чемпионата (CIS) обеспечивает своевременную и точную запись оценок, что способствует надлежащей организации соревнований.

Схема выставления оценки в общих чертах является определяющим фактором для процесса разработки Конкурсного задания. В процессе дальнейшей разработки Схема выставления оценки и Конкурсное задание будут разрабатываться и развиваться посредством итеративного процесса для того, чтобы совместно оптимизировать взаимосвязи в рамках WSSS и Стратегии оценки. Они представляются на утверждение Менеджеру компетенции вместе, чтобы продемонстрировать их качество и соответствие WSSS.

4. СХЕМА ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ

4.1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ

В данном разделе описывается роль и место Схемы выставления оценки, процесс выставления экспертом оценки конкурсанту за выполнение конкурсного задания, а также процедуры и требования к выставлению оценки.

Схема выставления оценки является основным инструментом соревнований WSR, определяя соответствие оценки Конкурсного задания и WSSS. Она предназначена для распределения баллов по каждому оцениваемому аспекту, который может относиться только к одному модулю WSSS.

Отражая весовые коэффициенты, указанные в WSSS, Схема выставления оценок устанавливает параметры разработки Конкурсного задания. В зависимости от природы навыка и требований к его оцениванию может быть полезно изначально разработать Схему выставления оценок более детально, чтобы она послужила руководством к разработке Конкурсного задания. В другом случае разработка Конкурсного задания должна основываться на обобщённой Схеме выставления оценки. Дальнейшая разработка Конкурсного задания сопровождается разработкой аспектов оценки.

В разделе 2.1 указан максимально допустимый процент отклонения, Схемы выставления оценки Конкурсного задания от долевых соотношений, приведенных в Спецификации стандартов.

Схема выставления оценки и Конкурсное задание могут разрабатываться одним человеком, группой экспертов или сторонним разработчиком. Подробная и окончательная Схема выставления оценки и Конкурсное задание, должны быть утверждены Менеджером компетенции.

Кроме того, всем экспертам предлагается представлять свои предложения по разработке Схем выставления оценки и Конкурсных заданий на форум экспертов и/или на другой ресурс, согласованный Менеджером компетенции и используемый экспертным сообществом компетенции для коммуникации, с

обязательным дублированием итоговых решений, принятых на стороннем ресурсе, в раздел компетенции на форуме экспертов, для дальнейшего их рассмотрения Менеджером компетенции.

Во всех случаях полная и утвержденная Менеджером компетенции Схема выставления оценки должна быть введена в информационную систему соревнований (CIS) не менее, чем за два дня до начала соревнований, с использованием стандартной электронной таблицы CIS или других согласованных способов. Главный эксперт является ответственным за данный процесс.

4.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Основные заголовки Схемы выставления оценки являются критериями оценки. В некоторых соревнованиях по компетенции критерии оценки могут совпадать с заголовками разделов в WSSS; в других они могут полностью отличаться. Как правило, бывает от пяти до девяти критериев оценки, при этом количество критериев оценки должно быть не менее трёх. Независимо от того, совпадают ли они с заголовками, Схема выставления оценки должна отражать долевые соотношения, указанные в WSSS.

Критерии оценки создаются лицом (группой лиц), разрабатывающим Схему выставления оценки, которое может по своему усмотрению определять критерии, которые оно сочтет наиболее подходящими для оценки выполнения Конкурсного задания.

Сводная ведомость оценок, генерируемая CIS, включает перечень критериев оценки.

Количество баллов, назначаемых по каждому критерию, рассчитывается CIS. Это будет общая сумма баллов, присужденных по каждому аспекту в рамках данного критерия оценки.

4.3. СУБКРИТЕРИИ

Каждый критерий оценки разделяется на один или более субкритериев. Каждый субкритерий становится заголовком Схемы выставления оценок.

В каждой ведомости оценок (субкритериев) указан конкретный день, в который она будет заполняться.

Каждая ведомость оценок (субкритериев) содержит оцениваемые аспекты, подлежащие оценке. Для каждого вида оценки имеется специальная ведомость оценок.

4.4. АСПЕКТЫ

Каждый аспект подробно описывает один из оцениваемых показателей, а также возможные оценки или инструкции по выставлению оценок.

В ведомости оценок подробно перечисляется каждый аспект, по которому выставляется отметка, вместе с назначенным для его оценки количеством баллов.

Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждого раздела компетенции в WSSS. Она будет отображаться в таблице распределения баллов CIS, в следующем формате:

Критерий											Итого баллов за раздел WSSS
Разделы Спецификации стандарта WS (WSSS)		A	B	C	D	E	F	G	H	I	
	1	2	3,6	1,7	3,4	4,8	1,6	7,3	6,9	3,7	35
	2	8	0	0	0	0	0	0	1	0	9
	3	0	0	6,7	5,1	3,2	3,2	1	0,6	3,2	23
	4	1,2	10,4	3,1	1,50	1	2,9	0,8	3,5	0,6	25
	5	0,8	0	0,5	0	1	0,3	0,9	0	4,5	8
Итого баллов за критерий	12	14	12	10	10	8	10	12	12	100	

4.5. МНЕНИЕ СУДЕЙ (СУДЕЙСКАЯ ОЦЕНКА)

При принятии решения используется шкала 0–3. Для четкого и последовательного применения шкалы судейское решение должно приниматься с учетом:

- эталонов для сравнения (критериев) для подробного руководства по каждому аспекту
- шкалы 0–3, где:
 - 0: исполнение не соответствует отраслевому стандарту;
 - 1: исполнение соответствует отраслевому стандарту;
 - 2: исполнение соответствует отраслевому стандарту и в некоторых отношениях превосходит его;
 - 3: исполнение полностью превосходит отраслевой стандарт и оценивается как отличное

Каждый аспект оценивают три эксперта, каждый эксперт должен произвести оценку, после чего происходит сравнение выставленных оценок. В случае расхождения оценок экспертов более чем на 1 балл, экспертам необходимо вынести оценку данного аспекта на обсуждение и устранить расхождение.

4.6. ИЗМЕРИМАЯ ОЦЕНКА

Оценка каждого аспекта осуществляется тремя экспертами. Если не указано иное, будет присуждена только максимальная оценка или ноль баллов. Если в рамках какого-либо аспекта возможно присуждение оценок ниже максимальной, это описывается в Схеме оценки с указанием измеримых параметров.

4.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗМЕРИМЫХ И СУДЕЙСКИХ ОЦЕНОК

Окончательное понимание по измеримым и судейским оценкам будет доступно, когда утверждена Схема оценки и Конкурсное задание. Приведенная

таблица содержит приблизительную информацию и служит для разработки Оценочной схемы и Конкурсного задания.

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

4.8. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

Оценка Конкурсного задания будет основываться на следующих критериях:

Критерий	Методика проверки навыков в критерии
A Коммуникация с заказчиком. Составление брифа	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 поставленным целям и требованиям заказчика
B Планирование рекламной кампании и медиапланирование	Оценивается план рекламной кампании, его наглядность, полнота и соответствие поставленным целям и решаемым задачам. Также оценивается эффективность предлагаемых решений и адекватность бюджета рекламной кампании (экспертная оценка и соответствие установленным в задании бюджетным рамкам). Проверяется умение создавать медиапланы, правильно выбирать каналы донесения рекламной информации с учетом бюджетных возможностей и анализа ЦА. Дается экспертная оценка перспективам и эффективности представляемого медиаплана
C Разработка ключевых элементов рекламной кампании	Оценивается креативность и эффективность основных идей и стратегических решений РК. Также оцениваются концептуальные решения разработки фирменного стиля, их оригинальность и соответствие задачам РК. Дается

		экспертная оценка перспективам планируемой рекламной кампании через принятые стратегические решения
D	Копирайтинг	Проверяется и оценивается умение составлять рекламные тексты с учетом их поискового продвижения. Оцениваются также структура текста, его оригинальность и соответствие достижению поставленных задач РК. Оценивается уникальность рекламного текста и его способность убедить клиента выполнить результативные действия
E	Создание мини-сайта. SEO	Проверяется и оценивается умение создавать, публиковать и оптимизировать сайты с учетом их последующего контекстного и SMM-продвижения. Определяется соответствие выполнения задания установленным объективным критериям
F	Разработка рекламных носителей	Проверяется умение определять оптимальные носители, правильно выбирать каналы донесения рекламной информации с учетом бюджетных возможностей и анализа ЦА. Дается экспертная оценка перспективам и эффективности разработанных рекламных носителей
G	Поисковая реклама	Проверяется владение основными инструментами поискового продвижения, а также навыками организации эффективной РК в Яндекс.Директ/GoogleAds. Дается экспертная оценка предполагаемой эффективности поисковой РК
H	SMM-продвижение	Оценивается правильность выбора каналов продвижения в социальной сети с точки зрения попадания в ЦА. Рассматриваются вопросы эффективности и правильности принятой стратегии продвижения в выбранных социальных сетях, оценивается умение составлять контент-план, соответствующий поставленным задачам продвижения
I	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, артистизм, вопросы влияния на мнение аудитории и умение добиваться правильной подачи информации и завоевания внимания аудитории и ее поддержки

4.9. РЕГЛАМЕНТ ОЦЕНКИ

Главный эксперт и Заместитель Главного эксперта обсуждают и распределяют Экспертов по группам (состав группы не менее трех человек) для

выставления оценок. Каждая группа должна включать в себя как минимум одного опытного эксперта. Эксперт не оценивает участника из своей организации.

Ведомости оценок, не используемые для оценки, должны храниться в комнате Экспертов в месте, доступном только для главного эксперта и эксперта, ответственного за внесение оценок в CIS. При выполнении работы ведомости оценки могут находиться на рабочих местах участников, но после завершения работы, ведомости должны возвращаться в комнату экспертов.

Должна быть обеспечена сохранность ведомостей и невозможность доступа к ним неавторизованных для этого лиц.

Объяснения вычета баллов (полное обнуление баллов по модулям):

- Использование участником заранее сделанных заготовок
- Не оговариваемое в регламенте использование участником электронных средств связи и взаимодействия (в том числе и интернета) и общение с посторонними лицами
- Использование участником любых USB-устройств, кроме мыши и клавиатуры
- Нерегламентированное использование участником интернета при выполнении заданий.
- Нерегламентированное скачивание данных участником из интернета и с устройств записи и хранения информации

Если во время выполнения конкурсного задания будет установлен факт контакта эксперта со своим участником, то у участника обнуляются баллы по всему модулю, во время выполнения которого, был зафиксирован факт контакта.

5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

5.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Разделы 2, 3 и 4 регламентируют разработку Конкурсного задания. Рекомендации данного раздела дают дополнительные разъяснения по содержанию КЗ.

Продолжительность Конкурсного задания для взрослых WS (16-22 года) составляет 20 час. Задания модулей необходимо выполнить за **три соревновательных дня**.

Продолжительность Конкурсного задания для юниоров WSJ (14-16 лет) составляет 12 часов. Задания модулей необходимо выполнить за **три соревновательных дня**.

Продолжительность Конкурсного задания для Вузовских чемпионатов (17 – 35 лет) составляет 14 часов. Задания модулей необходимо выполнить за **два соревновательных дня**.

Вне зависимости от количества модулей, КЗ должно включать оценку по каждому из разделов WSSS.

Конкурсное задание не должно выходить за пределы WSSS.

Оценка знаний участника должна проводиться исключительно через практическое выполнение Конкурсного задания.

При выполнении Конкурсного задания не оценивается знание правил и норм WSR.

5.2. СТРУКТУРА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Конкурсное задание содержит 9 модулей:

Модуль А. Коммуникация с заказчиком. Составление брифа

По карточке объекта рекламирования определяется цель (цели) рекламной кампании, проводится анализ рынка с целью определения целевой аудитории и ее основных особенностей. Проводится анализ конкурентной среды и определяются конкурентные преимущества заказчика.

Модуль В. Планирование рекламной кампании и медиапланирование

На основании целей рекламной кампании формулируются задачи планируемой РК, в соответствии с которыми разрабатывается план рекламной кампании. В плане обозначается перечень выбираемых способов и каналов продвижения торговой марки заказчика, его продукции или услуг. На базе плана РК производится медиапланирование и разрабатывается график подачи рекламы, определяются потенциальные способы оценки эффективности рекламной кампании и ее составляющих. Далее производится распределение бюджета РК.

Модуль С. Разработка ключевых элементов рекламной кампании

На основе анализа целевой аудитории определяется основная идея рекламной кампании - инсайт, УТП (уникальное торговое предложение), оффер (по выбору). Далее подбирается нейм для торговой марки или продукта, выполняется проверка нейма на оригинальность. Разрабатывается слоган и проводится его проверка на оригинальность. Для определения и утверждения основных дизайнерских решений проводится первичная визуализация концепта дизайна в виде мудборда. На базе решений мудборда разрабатывается логотип.

Модуль D. Копирайтинг

Составляется рекламный текст для сайта, ATL и SMM объемом не менее 400 знаков с включением в него подобранных ключевых слова и словосочетаний (не менее 8), обладающих потенциалом максимальных показов, которые выделяются жирным шрифтом.

Модуль E. Создание мини-сайта. SEO

При помощи сетевого конструктора создается мини-сайт и заполняется контентом. Сайт публикуется в интернете и проходит необходимые этапы SEO-оптимизации.

Модуль F. Разработка рекламных носителей

Производится обоснование и разработка макетов двух рекламных носителей в полном соответствии с решениями дизайна, принятыми в мудборде Модуля С и текстовыми материалами предыдущих модулей. Разрабатывается макет дополнительного рекламного носителя и производится визуализация всех разработанных носителей с помощью мокапов.

Модуль G. Поисковая реклама

Для организации поискового продвижения в Яндекс или GoogleAd производится подбор ключевых слов и словосочетаний (не более 4), для которых производится предварительная оценка эффективности на показы и CTR. Оформляется поисковая рекламная кампания, заполняются заголовки, подзаголовки и содержание форм объявления с учетом подобранных ключевых слов и идеи РК (УТП, оферты и тд).

Модуль H. SMM-продвижение

Производится выбор не менее трех социальных сетей для организации рекламной кампании в них, составляется перечень и дается обоснование выбора. Готовится статья для публикации в социальных медиа. Производится публикация статьи (сообщения) в социальных медиа и проводится настройка рекламной кампании по таргетинговому продвижению сообщения с обоснованием выбора KPI и расходной составляющей.

Модуль I. Создание и проведение презентации

Разрабатывается электронная презентация для защиты проекта. В презентации должны быть показаны все этапы разработки РК и основные наработки все модулей. ~~Файл презентации сохраняется в папке Модуль I.~~

5.3. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Общие требования:

Конкурсное задание состоит из Карточки объекта рекламирования и девяти модулей.

Карточка объекта рекламирования разрабатывается для каждого чемпионата индивидуально и является непубликуемой. Ознакомление участников производится в первый день чемпионата.

По каждому из девяти модулей конкурсное задание должно содержать три раздела:

- Данные
- Выполняемая работа
- Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты

Раздел «Ожидаемые результаты» состоит из перечня всех объектов, которые участник должен разработать и представить (выложить в указанную в задании папку) по итогам выполнения модуля.

По большинству модулей (кроме последнего) существуют формы, одноименные с буквенным обозначением модуля. Данную форму участник должен заполнить и скопировать в удаленную папку, указанную ГЭ чемпионата.

Требования к конкурсной площадке:

Площадка (зона) проведения чемпионата представляет собой ряд смежных или близко расположенных помещений:

- Рабочая площадка
- Общая площадка (обычно совмещена с рабочей площадкой)
- Брифинг-зона (может совмещаться с общей площадкой)
- Комната экспертов с выделенной зоной ГЭ, или отдельным помещением для ГЭ
- Комната конкурсантов

Рабочая площадка представляет собой аудиторию с установленными компьютерами по одному на каждого участника. Каждый компьютер должен

быть обеспечен выходом в интернет и необходимым ПО (программным обеспечением). Функция выхода в интернет должна предусматривать централизованную блокировку выхода при выполнении отдельных модулей. По середине площадки должны располагаться столы для ручных эскизных работ, необходимость которых может возникнуть у участника. Общая зона и брифинг-зона должны оснащаться проекционным оборудованием.

Площадка или комната экспертов должны быть оборудованы принтером А4. Комната экспертов должна быть смежной с рабочей площадкой или соседствовать с ней. Оборудование для экспертов должно предусматривать по одному рабочему месту на каждого эксперта с возможностью выхода в интернет.

Компоновка рабочего места участника

Рабочее место участника для выполнения предусмотренных заданием работ состоит из: рабочего стола и стула; персонального компьютера или ноутбука с необходимыми аксессуарами (мышшь, клавиатура, гарнитура). Компьютеры участников должны быть подключены к интернету и сетевым ресурсам, выбираемым ГЭ.

Схема компоновки рабочего места приводится в плане застройки (усредненный вариант).

Требования к работе интернета на площадке:

Интернет во время выполнения модулей доступен для участников в полном объеме, за исключением случаев, когда главный эксперт может налагать на отдельные модули определенные ограничения, например, отключать режим скачивания.

Любые формы общения, включая чаты, мессенжеры, почты и т.д. должны быть убраны с рабочих мест участников, за исключением случаев проведения соревнований в дистанционной форме, когда разрешение на использование конкретного средства связи дается регламентирующими документами и Главным Экспертом.

Компоновка рабочего места участника:

Примерная схема рабочей площадки и места участника дана в разделе 8.4. Реальная схема застройки разрабатывается индивидуально под каждый чемпионат, но соответствует принятому ИЛ.

5.4. РАЗРАБОТКА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Конкурсное задание разрабатывается по образцам, представленным Менеджером компетенции на форуме экспертов (<https://forums.worldskills.ru/>), и/или на другом ресурсе, согласованном Менеджером компетенции и используемом экспертным сообществом компетенции для коммуникации, с обязательным дублированием итогового согласованного конкурсного задания, в рамках коммуникации на стороннем ресурсе, в раздел компетенции на форуме экспертов. Представленные образцы Конкурсного задания должны меняться один раз в год.

5.4.1. КТО РАЗРАБАТЫВАЕТ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ/МОДУЛИ

Общим руководством и утверждением Конкурсного задания занимается Менеджер компетенции. К участию в разработке Конкурсного задания могут привлекаться:

- Сертифицированные эксперты WSR;
- Сторонние разработчики;
- Иные заинтересованные лица, включая представителей отрасли

В процессе подготовки к каждому соревнованию при внесении 30% изменений к Конкурсному заданию участвуют:

- Главный эксперт;
- Сертифицированный эксперт по компетенции (в случае присутствия на соревновании);
- Эксперты, принимающие участия в оценке (при необходимости привлечения главным экспертом).

Конкурсное задание на чемпионат не является публикуемым.

ГЭ соревнований передает участникам карточку объекта рекламирования с условиями задания только в день С1.

5.4.2. КАК РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Конкурсные задания к каждому чемпионату разрабатываются на основе единого Конкурсного задания, утвержденного Менеджером компетенции и размещенного на форуме экспертов и/или на другом ресурсе, согласованном Менеджером компетенции и используемом экспертным сообществом компетенции для коммуникации, с обязательным дублированием итогового согласованного конкурсного задания, в рамках коммуникации на стороннем ресурсе, в раздел компетенции на форуме экспертов.

Основным инструментом разработки Конкурсного задания является форум экспертов и/или другой ресурс, согласованном Менеджером компетенции и используемом экспертным сообществом компетенции для коммуникации, с обязательным дублированием итоговых решений, принятых на стороннем ресурсе, в раздел компетенции на форуме экспертов.

5.4.3. КОГДА РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Конкурсное задание разрабатывается согласно представленному ниже графику, определяющему сроки подготовки документации для каждого вида чемпионатов.

Временные рамки	Локальный чемпионат	Отборочный чемпионат	Национальный чемпионат
Шаблон Конкурсного задания	Берётся в исходном виде с форума экспертов задание предыдущего Национального чемпионата	Берётся в исходном виде с форума экспертов задание предыдущего Национального чемпионата	Разрабатывается на основе предыдущего чемпионата с учётом всего опыта проведения соревнований по компетенции и отраслевых стандартов за 6

			месяцев до чемпионата
Утверждение Главного эксперта чемпионата, ответственног о за разработку КЗ	За 2 месяца до чемпионата	За 3 месяца до чемпионата	За 4 месяца до чемпионата
Публикация КЗ (если применимо)	Не применимо	Не применимо	Не применимо
Внесение предложений на Форум экспертов о модернизации КЗ, КО, ИЛ, ТО, ПЗ, ОТ	В день С1	В день С1	В день С1

5.5 УТВЕРЖДЕНИЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Главный эксперт и Менеджер компетенции принимают решение о выполнимости всех модулей и при необходимости должны доказать реальность его выполнения. Во внимание принимаются время и материалы.

Конкурсное задание может быть утверждено в любой удобной для Менеджера компетенции форме.

Участники соревнования получают доступ к заданию в момент начала первого модуля (День С1).

6. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ И ОБЩЕНИЕ

6.1 ДИСКУССИОННЫЙ ФОРУМ

Все предконкурсные обсуждения проходят на особом форуме (<http://forums.worldskills.ru>) и/или на другом ресурсе, согласованном Менеджером компетенции и используемом экспертным сообществом компетенции для коммуникации, с обязательным дублированием итоговых

решений, принятых на стороннем ресурсе, в раздел компетенции на форуме экспертов. Решения по развитию компетенции должны приниматься только после предварительного обсуждения на форуме и/ или на другом ресурсе, согласованном Менеджером компетенции и используемом экспертным сообществом компетенции для коммуникации, с обязательным дублированием итоговых решений, принятых на стороннем ресурсе, в раздел компетенции на форуме экспертов. Также на форуме и/ или на другом ресурсе, согласованном Менеджером компетенции и используемом экспертным сообществом компетенции для коммуникации, должно происходить информирование обо всех важных событиях в рамках работы по компетенции. Модератором данного форума являются Менеджер компетенции (или Эксперт, назначенный им).

6.2. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ЧЕМПИОНАТА

Информация для конкурсантов публикуется в соответствии с регламентом проводимого чемпионата. Информация может включать:

- Техническое описание;
- Конкурсные задания;
- Обобщённая ведомость оценки;
- Инфраструктурный лист;
- Инструкция по охране труда и технике безопасности;
- Дополнительная информация.

6.3. АРХИВ КОНКУРСНЫХ ЗАДАНИЙ

Конкурсные задания доступны по адресу <http://forums.worldskills.ru>.

6.4. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ

Общее управление компетенцией осуществляется Международным экспертом и Менеджером компетенции с возможным привлечением экспертного сообщества.

Управление компетенцией в рамках конкретного чемпионата осуществляется Главным экспертом по компетенции в соответствии с регламентом чемпионата.

7. ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ

7.1 ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ НА ЧЕМПИОНАТЕ

См. документацию по технике безопасности и охране труда, предоставленные оргкомитетом чемпионата.

7.2 СПЕЦИФИЧНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА, ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КОМПЕТЕНЦИИ

К самостоятельному выполнению конкурсного задания, под руководством эксперта компатриота компетенции «Реклама» по стандартам WorldSkills Russia допускаются участники в возрасте от 14 до 18 лет:

- прошедшие инструктаж по охране труда по «Программе инструктажа по охране труда и технике безопасности»;
- ознакомленные с инструкцией по охране труда;
- имеющие необходимые навыки по эксплуатации инструмента, приспособлений совместной работы на оборудовании;
- не имеющие противопоказаний к выполнению конкурсных заданий по состоянию здоровья.

В процессе выполнения конкурсных заданий и нахождения на территории и в помещениях места проведения конкурса, участник обязан четко соблюдать:

- инструкции по охране труда и технике безопасности;
- не заходить за ограждения и в технические помещения;
- соблюдать личную гигиену;
- принимать пищу в строго отведенных местах;
- самостоятельно использовать инструмент и оборудование разрешенное к выполнению конкурсного задания.

Участники старше 18 лет допускаются к самостоятельному выполнению конкурсных заданий в компетенции «Реклама» по стандартам WorldSkills Russia при условии:

- прохождения инструктажа по охране труда по «Программе инструктажа по охране труда и технике безопасности»;
- ознакомлении с инструкцией по охране труда;
- наличия необходимых навыков по эксплуатации инструмента, приспособлений совместной работы на оборудовании;
- отсутствия противопоказаний к выполнению конкурсных заданий по состоянию здоровья.

Участники, допустившие невыполнение или нарушение инструкции по охране труда, привлекаются к ответственности в соответствии с Регламентом WorldSkills Russia.

Несоблюдение участником норм и правил ОТ и ТБ ведет к потере баллов. Постоянное нарушение норм безопасности может привести к временному или перманентному отстранению от участия в соревновании. После принятия такого решения участник удаляется с рабочей площадки.

8. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ

8.1. ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЛИСТ

Инфраструктурный лист включает в себя всю инфраструктуру, оборудование и расходные материалы, которые необходимы для выполнения Конкурсного задания. Инфраструктурный лист обязан содержать пример данного оборудования и его чёткие и понятные характеристики в случае возможности приобретения аналогов.

При разработке Инфраструктурного листа для конкретного чемпионата необходимо руководствоваться Инфраструктурным листом, размещённым на

форуме экспертов Менеджером компетенции, и/ или на другом ресурсе, согласованном Менеджером компетенции и используемом экспертным сообществом компетенции для коммуникации, с обязательным дублированием итоговых решений, принятых на стороннем ресурсе, в раздел компетенции на форуме экспертов. Все изменения в Инфраструктурном листе должны согласовываться с Менеджером компетенции в обязательном порядке.

На каждом конкурсе технический эксперт должен проводить учет элементов инфраструктуры. Список не должен включать элементы, которые попросили включить в него эксперты или конкурсанты, а также запрещенные элементы.

По итогам соревнования, в случае необходимости, Технический эксперт и Главный эксперт должны дать рекомендации Оргкомитету чемпионата и Менеджеру компетенции о изменениях в Инфраструктурном листе.

8.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ В ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ ЯЩИКЕ (ТУЛБОКС, TOOLBOX)

Использование участниками в процессе соревнований тулбокса в компетенции «Реклама» не предусматривается.

8.3. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ

Любые материалы и оборудование, имеющиеся при себе у участников, необходимо предъявить Экспертам. Жюри имеет право запретить использование любых предметов, которые будут сочтены не относящимися к компетенции Реклама, или же могущими дать участнику несправедливое преимущество.

Использование данных предметов во время соревнований приводит к штрафным санкциям, вплоть до дисквалификации участника. В частности, запрещено использование мобильных телефонов, и любых гаджетов, имеющих память или usb-порт.

Главный эксперт имеет право запретить использование любых предметов, которые будут сочтены не относящимися к компетенции Реклама, или же могущими дать участнику несправедливое преимущество, вплоть до дисквалификации участника.

8.4. ПРЕДЛАГАЕМАЯ СХЕМА КОНКУРСНОЙ ПЛОЩАДКИ



9. ОСОБЫЕ ПРАВИЛА ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЫ 14-16 ЛЕТ

Время на выполнения задания не должны превышать 4 часов в день.

При разработке Конкурсного задания и Схемы оценки учитывается специфика и ограничения применяемой техники безопасности и охраны труда для данной возрастной группы. Так же учитываются антропометрические, психофизиологические и психологические особенности данной возрастной группы. Тем самым Конкурсное задание и Схема оценки затрагивает сокращенный перечень аспектов WSSS.