



**TAU SKILLS**  
открытый чемпионат  
профессионального  
мастерства

**КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ  
ЧЕМПИОНАТА TAU SKILLS  
КОМПЕТЕНЦИИ «РЕКЛАМА»  
ДЛЯ ОСНОВНОЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ  
16-22 ГОДА**

*Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:*

1.	Форма участия в конкурсе:	3
2.	Общее время на выполнение задания:	3
3.	Задание для конкурса	3
4.	Модули задания и необходимое время	4
5.	Критерии оценки	6
6.	Приложения к заданию	7

- 1. ФОРМА УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ: Индивидуальный конкурс**
- 2. ОБЩЕЕ ВРЕМЯ НА ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАДАНИЯ: 12 ч. ( 2 дня)**
- 3. ЗАДАНИЕ ДЛЯ КОНКУРСА**

Содержанием конкурсного задания являются основные направления рекламной деятельности: этапы планирования рекламной кампании, контроль и оценка эффективности рекламы на всех стадиях ее проведения, организация рекламных кампаний по контекстному продвижению и продвижению в социальных сетях, создание и проведение презентаций, владение письменной и устной речью.

Участники соревнований получают карточку с заданием. В карточке прописываются все требования к заданию. Конкурсное задание делится на модули, каждый из которых оценивается отдельно.

Окончательные аспекты критериев оценки уточняются членами жюри. Оценка производится как в отношении работы модулей, так и в отношении процесса выполнения конкурсной работы. Если участник конкурса не выполняет требования техники безопасности, подвергает опасности себя или других конкурсантов, такой участник может быть отстранен от конкурса.

Время и детали конкурсного задания в зависимости от конкурсных условий могут быть изменены членами жюри.

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.

#### **4. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ**

<b>Наименование модуля</b>		<b>Соревновательный день (С1, С2)</b>	<b>Время на задание. мин.</b>
<b>A</b>	Творческое задание (наличие знаний и умений в области написания PR текстов)	С1	60
<b>B</b>	Планирование рекламной и PR кампании	С1	240
<b>C</b>	Разработка коммуникационной кампании	С2	180
<b>D</b>	Разработка проекта по продвижению продукта, создание и защита презентации	С2	240
<b>ИТОГО</b>			720

##### **Модуль А: Творческое задание**

###### **Описание задания:**

- наличие знаний и умений в области написания PR текстов.
- сформулировать заголовок и лид, используя принцип «перевёрнутой пирамиды».

###### Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

- Соблюдение правил ОТ и ТБ
- Подготовленность рабочего места
- Выделение ключевой мысли
- Связность и цельность, логичность, понятность и доступность (доходчивость) текста
- Соответствие текста структуре заданного формата.

##### **Модуль В: Планирование рекламной кампании**

###### **Описание задания:**

- 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

- Рекламное сообщение, которое должно включать (слоган, заголовок, основной текст рекламного сообщения, эхо-фраза)

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

- Соблюдение правил ОТ и ТБ
- Подготовленность рабочего места
- 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
- Наличие в Форме \_В рекламного сообщения
- Нестандартность и креативность предполагаемых рекламных коммуникаций.

**Модуль С: Разработка коммуникационной кампании**

**Описание задания:**

- Разработать коммуникационную кампанию по выданному кейсу
- Сформулировать цель и задачи КК
- Определить целевые аудитории под отдельные мероприятия кампании
- Предложить события, которые могли бы стать инфоповодами, описать методы работы с ними;
- Определить каналы и инструменты коммуникации; предложить релевантные методы привлечения общества к решению проблемы;
- Сформулировать критерии оценки эффективности КК.

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

- Соблюдение правил ОТ и ТБ
- Подготовленность рабочего места
- Полнота ответа
- Использование профессиональных терминов из области рекламы и связей с общественностью, общая грамотность в изложении.
- Обоснованность возможности реализации пунктов программы
- В работе должно присутствовать творческое начало, оригинальность подхода, новаторство, креативность.
- Аргументированность, обоснованность и внутренняя стройность позиции автора целостность кампании (единий объединяющий посыл).

**Модуль D: Разработка проекта по продвижению продукта, создание и**

## **защита презентации**

### **Описание задания:**

- Сформулировать маркетинговые проблемы объекта в соответствии с заданием;
- Исследовать целевую аудиторию, маркетинговую среду и рынок;
- Разработать эффективную маркетинговую стратегию по направлениям деятельности
- Разработать план рекламной (в т.ч. SMM) и PR-кампании для целевых аудиторий.
- Подготовка электронной презентации
- Публичное проведение презентации проекта

### **Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:**

- Соблюдение правил ОТ и ТБ
- Подготовленность рабочего места
- Проект продвижения
- Подготовка отчета
- Подготовка презентации Power Point
- Наличие файла Презентация с описанием хода разработки РК в папке Модуль\_ D:
- Публичное проведение презентации проекта с соблюдением установленного (временного) регламента защиты (4 минуты)
- Все элементы презентации продемонстрированы

## **5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

Критерий	Баллы			
	Судейские аспекты	Объективная оценка	Общая оценка	
A	Творческое задание (наличие знаний и умений в области написания PR текстов)	10	10	20
B	Планирование рекламной и PR кампании	15	10	25
C	Разработка коммуникационной кампании	15	10	25
D	Разработка проекта по продвижению продукта, создание и защита презентации	15	15	30
<b>Итого</b>	<b>55</b>	<b>45</b>	<b>100</b>	

## **6. ПРИЛОЖЕНИЯ К ЗАДАНИЮ**

### **Пример карточки задания**

Используя текст произведения Шарля Перро «Золушка», сформулируйте заголовок и лид по принципу «перевёрнутой пирамиды». Условный PR-субъект – крёстная фея.

Критерии оценивания:

Каждый фрагмент текста (заголовок, лид) оценивается как правильный или

неправильный с учетом реализации в нем следующих требований:

- соответствие фрагмента текста структуре заданного формата;
- полнота раскрытия информации (информативность);
- связность и цельность, логичность, понятность и доступность

(доходчивость)

текста.

### **Пример карточки задания**

Ваш рекламодатель известная компания производитель спортивной обуви разработала технологию производства нового вида кроссовок. Основными их характеристика являются:

- кроссовки разработаны с применением технологий “Графитовое волокно”;
- кроссовки получили название “Прыжок”;
- графитовое волокно позволяет выпускать легкую обувь, длительное время сохраняющую свою форму;
- новый супинатор служит прекрасной опорой для бегунов;
- рекомендуемая розничная цена 200\$ и их можно купить в любой торговой точке, где продается хорошая обувь для бега;
- целевая аудитория – мужчины и женщины, серьезно занимающиеся бегом;
- кроссовки обеспечивают эффект одновременной легкости и смягчения ударов при беге;
- вес подошвы снижен на 25% по сравнению с другими кроссовками.

Воспользуйтесь этой информацией и подготовьте рекламное сообщение, которое должно включать (слоган, заголовок, основной текст рекламного сообщения, эхо-фраза); внешние атрибуты торговой марки (логотип, эмблема, цвет); источник обращения рекламы.

### **Пример карточки задания**

Цель: разработать проект по продвижению школы «Академия рекламы и коммуникаций» Задачи:

1. сформулировать маркетинговые проблемы школы;

2. исследовать маркетинговую среду и рынок тех услуг, которые предлагаются школой
3. разработать эффективную маркетинговую стратегию по направлениям деятельности.
4. Разработка плана рекламной (в т.ч. SMM) и PR-кампании для целевых аудиторий.

План работы:

1. Проект продвижения.
2. Подготовка отчета
3. Подготовка презентации проекта.

## СТРУКТУРА МАРКЕТИНГ-ПЛАНА

1. Исследование:
  - Анализ потребителей (исследование мотивирующих факторов и особенностей принятия решения конечными потребителями и посредниками)
  - Анализ конкурентов
  - Анализ рыночных возможностей (анализ тенденций рынка), SWOT-анализ компании.
2. Стратегический маркетинг
  1. Определение дифференцирующих атрибутов и мотивирующих факторов (выгод):  
выбор целевых сегментов, приносящих максимальную прибыль; определение ключевых мотивирующих факторов, побуждающих к покупке; выбор дифференцирующих атрибутов, выделяющих товар среди конкурентов.
  2. Проект бренда: выбор и обоснование стратегии позиционирования
  3. Тактический маркетинг
    1. Воплощение – реализация стратегии комплекса маркетинга (Marketing-mix): продукт = товар + услуга. Заключается в разработке рекомендаций по: ассортиментной политике; дополнительным услугам и сервисам. концепции сайта, социальных медиа.
    4. Разработка комплекса продвижения (Promotion-mix): Определение каналов коммуникации; разработка концепций маркетинговых мероприятий (рекламы, программ лояльности и т.п.); бренд-план внедрения маркетинговых мероприятий (перечень и последовательность запуска маркетинговых мероприятий); маркетинговый бюджет на год.

Форма отчета: разработанный проект, презентация в Power Point