



world skills
Russia

MEDIA

INTERNET

TELEVISION

RADIO

MAGAZINES

**ТЕХНИЧЕСКОЕ
ОПИСАНИЕ**

РЕКЛАМА

Организация Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» (далее WSR) в соответствии с уставом организации и правилами проведения конкурсов установила нижеизложенные необходимые требования владения этим профессиональным навыком для участия в чемпионатах по компетенции T14 Реклама.

Техническое описание включает в себя следующие разделы:

1. ВВЕДЕНИЕ.....	4
1.1. НАЗВАНИЕ И ОПИСАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ	4
1.2. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА.....	5
1.3. АССОЦИИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ.....	4
2. КВАЛИФИКАЦИЯ И ОБЪЕМ РАБОТ	6
2.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS (WSSS)	6
2.2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗНАНИЯ	8
2.3. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА	9
2.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS (WSSS)	9
3. ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ	15
3.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ.....	15
4. СХЕМА ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ	16
4.1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ.....	16
4.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ.....	17
4.3. СУБКРИТЕРИИ	17
4.4. АСПЕКТЫ	18
4.5. МНЕНИЕ СУДЕЙ (СУДЕЙСКАЯ ОЦЕНКА).....	19
4.6. ИЗМЕРИМАЯ ОЦЕНКА	19
4.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗМЕРИМЫХ И СУДЕЙСКИХ ОЦЕНОК.....	19
4.8. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ.....	20
4.9. РЕГЛАМЕНТ ОЦЕНКИ	21
5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ	22
5.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ.....	22
5.2. СТРУКТУРА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ	23
5.3. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ.....	24
5.4. РАЗРАБОТКА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ.....	31
5.5. УТВЕРЖДЕНИЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ.....	32
6. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ И ОБЩЕНИЕ	33
6.1 ДИСКУССИОННЫЙ ФОРУМ	33
6.2. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ЧЕМПИОНАТА	33
6.3. АРХИВ КОНКУРСНЫХ ЗАДАНИЙ	33
6.4. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ.....	33
7. ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ	34
7.1 ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ НА ЧЕМПИОНАТЕ	34

7.2 СПЕЦИФИЧНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА, ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КОМПЕТЕНЦИИ	34
8. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ	35
8.1. ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЛИСТ	35
8.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ В ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ ЯЩИКЕ (ТУЛБОКС, TOOLBOX).....	36
8.3. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ.....	36
8.4. ПРЕДЛАГАЕМАЯ СХЕМА КОНКУРСНОЙ ПЛОЩАДКИ.....	37

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, так и новейшие технологии, такие как создание, публикация и SEO-оптимизация рекламных сообщений в интернете.

Все семь модулей компетенции реклама включают в себя цифровые компоненты и технологии.

Объектами профессиональной деятельности рекламиста являются:

- Рекламная кампания;
- Рекламные коммуникации;
- Технологические процессы изготовления рекламного продукта
- Рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая реклама, реклама в полиграфии;

1.2. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА

Документ содержит информацию о стандартах и требованиях, которые предъявляются в первую очередь к студентам ОУ СПО и ВПО, обучающихся по ФГОС 42.02.01 (СПО) и 42.03.01 (ВПО) и предполагающих принимать участие в соревнованиях чемпионатных линеек WS и Вузовской. В документе содержатся также требования к подготовке школьников, планирующих участие в соревнованиях чемпионатных линеек WSJunior.

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

WSR признаёт права интеллектуальной собственности WSI в отношении принципов, методов и процедур оценки.

Каждый эксперт и участник должен знать и понимать данное Техническое Описание (ТО).

1.3. АССОЦИИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ

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

- WSR, Регламент проведения чемпионата;
- WSR, политика и нормативные положения
- Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции

2. КВАЛИФИКАЦИЯ И ОБЪЕМ РАБОТ

Чемпионат или иной вид соревнований проводится для демонстрации и оценки квалификации в данном виде мастерства. Конкурсное задание состоит только из практических заданий.

2.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS (WSSS)

В ходе выполнения одного или нескольких модулей задания, перечисленных ниже, будут подвергаться проверке следующие навыки:

Конкурсант обязан знать и понимать:

- Основные подходы и способы изучения рынка
- Способы анализа рынка и конкурентной среды
- Структуру брифа (необходимый перечень разделов брифа)
- Важность соответствия брифа поставленным целям
- Правила оформления брифа
- Важность определения конкретных целей рекламной кампании (РК)
- Важность поиска и использования оригинальной идеи для РК
- Важность подбора и использования ключевого инсайта
- Принципы поиска и подбора оригинального нейма и слогана
- Способы наглядной визуализации и интерпретации желания заказчика
- Принципы выбора каналов продвижения торговой марки
- Принципы ликвидности выбора каналов продвижения торговой марки
- Принципы творческого подхода к разработке элементов фирменного стиля
- Подходы к созданию и оформлению рекламных текстов с учетом SEO-оптимизации
- Принципы и инструменты подбора ключевых слов в интернете
- Значение и технологии создания инфографики
- Значение плана рекламной кампании
- Принципы формирования плана рекламной кампании
- Принципы формирования бюджета рекламной кампании, в том числе для интернет-продвижения

- Способы определения и расчета бюджета рекламной кампании
- Способы планирования эффективной рекламной кампании в интернете
- Способы определения эффективности рекламной кампании в интернете
- Современные тенденции, используемые при продвижении рекламного продукта и услуг на рынке
- Важность подбора оптимальных решений по выбору каналов продвижения торговой марки
- Способы и технологии разработки и публикации сайтов
- Инструменты для анализа и продвижения рекламы в интернете
- Инструментарий и принципы создания и размещения сайта компании, в том числе и облачные
- Принципы и современные инструменты разработки электронных презентаций, в том числе и облачные

Конкурсант обязан уметь:

- Производить аналитические исследования рынка и конкурентной среды
- Анализировать целевой рынок и продукт, в том числе с помощью стандартных инструментов интернет-аналитики
- Выявлять целевую аудиторию и требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
- Анкетировать и обрабатывать вопросы и требования заказчика
- Преобразовывать требования заказчика в бриф
- Разрабатывать бриф исходя из требований заказчика и аналитики рынка и конкурентной среды
- Находить идеи и оригинальные инсайты, соответствующие целевому рынку
- Подбирать оригинальный нейм
- Создавать оригинальный слоган
- Осуществлять первичную визуализацию идей рекламной кампании и требований заказчика
- Создавать рекламные тексты, в том числе и с включением в состав текста подобранных ключевых слов
- Владеть технологиями подбора ключевых слов и соотносить их с возможностями бюджета РК

- Определять ключевые цели рекламной кампании
- Формировать план рекламной кампании
- Определять бюджет рекламной кампании и ее основные составляющие
- Определять каналы продвижения торговой марки и затраты на ее продвижение
- Оценивать эффективность рекламной кампании в интернете
- Достигать коммуникативного эффекта при выборе каналов продвижения торговой марки
- Варьировать способы и каналы продвижения торговой марки в интернет-среде
- Использовать литературные навыки и приемы при создании рекламного текста и презентации
- Создавать и публиковать сайты для поддержки РК в том числе и с применением облачных конструкторов
- Использовать средства поисковой оптимизации для рекламных материалов, публикуемых в интернете
- Создавать электронные презентации, в том числе и с помощью облачных технологий
- Организовывать и проводить презентации
- Разрабатывать качественные, наглядные и современные по стилю электронные презентации
- Работать с аудиторией, используя навыки манипуляции и управления
- Использовать современные приемы и технологии управления электронными презентациями

2.2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗНАНИЯ

2.2.1 Теоретические знания необходимы, но они не подлежат отдельному тестированию.

2.2.2 Знание правил и постановлений по отрасли не проверяется.

2.3. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

Практические задания выдаются участникам в виде карточки объекта рекламирования, на основании которой участник помодульно в строгой последовательности выполняет задания, указанные в каждом модуле и

предъявляет экспертам электронные материалы, обговариваемые в разделах «Ожидаемые результаты» по каждому модулю.

2.4 СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS (WSSS)

Целью соревнования (чемпионата) 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.

В компетенции Реклама можно выделить 5 основных критериев WSSS:

	Критерии WSSS	Вес в %
1	Аналитика	17
2	Качество разработок	34

3	Творческий процесс	13
4	Эффективность и соответствие целям	20
5	Креативность и оригинальность	16

РАЗДЕЛ		ОТНОСИТЕЛЬНАЯ ВАЖНОСТЬ (%)
1	Аналитика рынка и средств и способов продвижения	17
	<p>Исполнитель должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основные подходы и способы изучения рынка • Способы анализа рынка и конкурентной среды • Инструменты для анализа и продвижения рекламы в интернете • Способы поиска и анализа ключевых слов в интернете • Принципы формирования бюджета рекламной кампании • Принципы выбора каналов продвижения торговой марки • Способы определения эффективности рекламной кампании в интернете • Принципы ликвидности выбора каналов продвижения торговой марки 	
	<p>Исполнитель должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализировать целевой рынок и продукт, подлежащий разработке в том числе с помощью стандартных инструментов интернет-аналитики • Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка • Определять объем затрат на продвижение торговой марки • Преобразовывать требования заказчика в бриф • Отражать в брифе аналитику рынка • Отражать в брифе аналитику конкурентной среды • Вычленять и отражать в брифе целевую аудиторию • Пользоваться инструментами подбора ключевых слов в интернете 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Определять бюджет рекламной кампании и ее основные составляющие • Определять каналы продвижения торговой марки и затраты на ее продвижение • Достигать коммуникативного эффекта при выборе каналов продвижения торговой марки • Оценивать эффективность рекламной кампании в интернете 	
2	Качество разработок рекламных продуктов	34
	<p>Исполнитель должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Структуру брифа (необходимый перечень разделов брифа) • Правила оформления брифа • Способы наглядной визуализации и интерпретации желания заказчика • Правила создания и оформления рекламных текстов с учетом SEO • Принципы формирования плана рекламной кампании • Принципы и способы первичной визуализации идей рекламной кампании • Способы и правила разработки сайтов • Принципы и современные облачные инструменты разработки электронных презентаций и сайтов 	
	<p>Исполнитель должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Использовать навыки грамотности для написания рекламных материалов: • Использовать навыки устного общения для работы с заказчиком и аудиторией • Производить аналитические исследования рынка и конкурентной среды • Разрабатывать бриф исходя из требований заказчика и аналитики рынка и конкурентной среды • Создавать первичную визуализацию идей рекламной кампании, в том числе и посредством мудборда • Создавать рекламные тексты, в том числе и с включением в состав текста подобранных ключевых слов 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Формировать плана рекламной кампании • Разрабатывать элементы фирменного стиля • Разрабатывать сайты компаний • Разрабатывать качественные, наглядные и современные по стилю электронные презентации 	
3	Творческий процесс разработки рекламных продуктов и рекламной кампании	13
	<p>Исполнитель должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Принципы творческого подхода к разработке фирменного стиля и ключевых элементов РК • Принципы и инструменты подбора ключевых слов в интернете • Значение инсайта для разработки плана рекламной кампании • Значение нейма и слогана для разработки плана рекламной кампании • Необходимость определения конкретных целей рекламной кампании • Значение плана рекламной кампании • Способы определения и расчета бюджета рекламной кампании • Инструментарий и принципы создания и размещения сайта компании 	
	<p>Исполнитель должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Осуществлять поиск оригинальных рекламных идей и подходов, в том числе инсайтов • Уверенно владеть инструментарием подбора ключевых слов • Создавать оригинальный инсайт рекламной кампании • Подбирать оригинальный нейм • Создавать оригинальный слоган • Определять ключевые цели рекламной кампании • Разрабатывать план рекламной кампании • Определять минимальный бюджет рекламной кампании • Варьировать способы и каналы продвижения торговой марки в интернет-среде • Визуализировать идеи с помощью мудборда, графики, анимации, фото и видео 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать видео, аудио и анимацию при создании сайта • Использовать литературные навыки и приемы при создании рекламного текста и презентации 	
4	Эффективность принятых решений и их соответствие целям РК	20
	<p>Исполнитель должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Современные тенденции, используемые при продвижении рекламного продукта и услуг на рынке • Тенденции направлений развития в отрасли • Важность соответствия брифа поставленным целям • Важность подбора оптимальных решений по выбору каналов продвижения торговой марки 	
	<p>Исполнитель должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Находить идеи и оригинальные инсайты, соответствующие целевому рынку • Визуализировать идею различными способами, включая мудборды, инфографику, коллажи, видео и анимацию • Создавать, анализировать и разрабатывать проект графического оформления, отражающего результаты обсуждения, включая эстетику и композицию • Создавать, изменять и оптимизировать изображения как для печати, так и для представления в сети в он-лайн режиме • Учитывать влияние каждого элемента, добавляемого в процессе разработки • Использовать все требуемые для создания проекта элементы • Уважать имеющиеся инструкции по поддержке корпоративной идентичности и стиля • Публиковать и оптимизировать разработки (сайты, лендинг-пейджи и тд) в интернете 	
5	Креативность и оригинальность разработок ключевых элементов и продуктов РК	16
	<p>Исполнитель должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Важность фактора оригинальности инсайта и 	

	<p>нейма для продвижения торговой марки компании</p> <ul style="list-style-type: none"> • Современные тенденции визуализации • Важность фактора оригинальности визуализации для продвижения торговой марки компании • Значение цветовых решений для продвижения торговой марки компании 	
	<p>Исполнитель должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разрабатывать оригинальные авторские рекламные проекты • Составлять и оформлять оригинальные тексты рекламных объявлений • Создавать оригинальные визуальные образы с рекламными функциями • Разрабатывать оригинальный дизайн элементов фирменного стиля • Разрабатывать оригинальный дизайн рекламной продукции • Использовать современные облачные конструкторы для создания сайтов, презентаций, мудбордов и инфографики. • Использовать современный стиль при оформлении сайтов • Использовать современный стиль при оформлении электронной презентации • Использовать современные приемы и технологии управления электронными презентациями 	
Итого		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 (объективный критерий) 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 демонстрировать 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 детальная Схема выставления оценок служит руководством к разработке Конкурсного задания. При этом разработка Конкурсного задания должна основываться на обобщённой Схеме выставления оценки. Дальнейшая разработка Конкурсного задания может корректировать отдельные аспекты 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 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 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	БАЛЛЫ СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS НА КАЖДЫЙ РАЗДЕЛ	ВЕЛИЧИНА ОТКЛОНЕНИЯ
Разделы Спецификации стандарта		A	B	C	D	E	F	G			
WS (WSSS)	1	5,5		2,5		9			17	17	0
	2	5,75	4	5	6,5	2	5,25	5,5	34	34	0
	3		1	4	1		1,25	5,75	13	13	0
	4	0,75	5	2	2	4	1,5	4,75	20	20	0
	5		8	2,5	2,5		2	1	16	16	0
Итого баллов за критерий		12	18	16	12	15	10	17	100	100	0

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.

Соотношение судейских и измеримых оценок выглядят следующим образом:

	Критерий	Баллы		
		Мнение судей	Измеримая	Всего
A	Коммуникации с заказчиком	8	4	12
B	Ключевые элементы РК	15	3	18
C	SEO-копирайтинг	11	5	16
D	Графика и инфографика	8	4	12
E	Планирование рекламной кампании	7	8	15
F	Визуализация в интернет-среде	6	4	10
G	Презентация	9	8	17
Всего		64	36	100

4.8. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

4.8.1 Для соревнований взрослых (16 – 22 года)

№ п/п	Наименование модуля	День соревнований	Максимальный балл	Время на выполнение
A	Коммуникации с заказчиком	C1	12	1,5
B	Ключевые элементы РК	C1	18	1,5
C	SEO-копирайтинг	C1	16	1
D	Графика и инфографика	C1	12	2
E	Планирование рекламной кампании	C2	15	3
F	Визуализация в интернет-среде	C2	10	3
G	Презентация	C3	17	6

4.8.2 Для соревнований юниоров (14-16 лет и 12-14 лет)

№ п/п	Наименование модуля	День соревнований	Максимальный балл	Время на выполнение
A	Коммуникации с заказчиком	C1	12	1
B	Ключевые элементы РК	C1	18	1
C	SEO-копирайтинг	C1	16	1
D	Графика и инфографика	C1	12	1
E	Планирование рекламной кампании	C2	15	2
F	Визуализация в интернет-среде	C2	10	2
G	Презентация	C3	17	4

4.8.3 Для Вузовских чемпионатов (17-35 лет)

№ п/п	Наименование модуля	День соревнований	Максимальный балл	Время на выполнение
A	Коммуникации с заказчиком	C1	12	2
B	Ключевые элементы РК	C1	18	1
C	SEO-копирайтинг	C1	16	1
D	Графика и инфографика	C1	12	1
E	Планирование рекламной кампании	C1	15	2

F	Визуализация в интернет-среде	C2	10	3
G	Презентация	C2	17	4

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.

После завершения оценок или когда ведомости оценок не используются для оценки, они 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 должна 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 взаимодействия (в том числе и интернета) и общение с посторонними лицами
- Использование участником любых USB-устройств
- Нерегламентированное использование участником интернета при выполнении заданий.
- Нерегламентированное скачивание данных участником по интернету 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 18 часов. Задания модулей необходимо выполнить за **три соревновательных дня**.

Продолжительность Конкурсного задания для юниоров WSJ (12-14 и 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 Карточку объекта рекламирования и 7 выполняемых модулей:

1. Коммуникации с заказчиком
2. Ключевые элементы РК
3. СЕО-копирайтинг
4. Графика и инфографика

5. Планирование рекламной кампании
6. Визуализация в интернет-среде
7. Презентация и защита

5.3. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Общие требования:

Формат (структура) Конкурсного Задания представляет собой последовательность из семи модулей. Задания модулей необходимо выполнить за три соревновательных дня в линейках WS и WSJunior, и за два дня в чемпионатах Вузовской линейки.

Продолжительность каждого модуля регламентирована. Порядок выполнения модулей строго последовательный.

В целом задание предусматривает выполнение работ следующих направлений:

- Проведение первичного анализа рынка и ЦА
- Составление брифа
- Выделение ключевого инсайта кампании (на основе анализа конкурентной среды, анализа рынка).
- Разработка нейма и тестирование его на оригинальность
- Разработка слогана кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность
- Первичная визуализация идеи (через мудборд)
- Создание логотипа
- Создание инфографики
- Разработка плана рекламной кампании (РК)
- Определение каналов продвижения торговой марки
- Определение перспективных каналов в интернет-среде
- Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете
- Выявление ключевых слов с помощью интернет-инструментов (Яндекс.Директ, Google AdWords и других аналогичных инструментов)
- Написание рекламного текста 500 знаков с использованием 4-5 подобранных ключевых слов

- Разработка мини сайта (лендинг-пейджа)
- Размещение мини сайта (лендинг-пейджа) в интернете
- Подготовка и сбор материалов для итоговой презентации проекта
- Подготовка презентации (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы).
- Публичная защита презентации проекта

Конкурсное задание состоит из Карточки объекта рекламирования и семи модулей.

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

Оценка Конкурсного задания будет основываться на следующих критериях (модулях):

А. Коммуникация с заказчиком

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)

Выполняемая работа:

- Определение структуры брифа
- Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф
- Проведение первичного анализа рынка и конкурентной среды
- Создание брифа и оценка соответствие его поставленной задаче
- Разработка дебрифа

В. Ключевые элементы РК

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Анализ рынка и конкурентной среды
- Бриф
- Дебриф

- Фото свободного распространения из интернета (только кепчуриг без скачивания)

Выполняемая работа:

- Выделение ключевого инсайта кампании (на основе анализа конкурентной среды, анализа ситуации на рынке)
- Разработка нейма и тестирование его на оригинальность
- Разработка слогана кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность
- Первичная визуализация идеи (через мудборд)

С. SEO-Копирайтинг

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)

Выполняемая работа:

- Выявление ключевых слов с помощью интернет-инструментов (Яндекс.Директ, Google AdWords и других аналогичных инструментов)
- Написание рекламного текста 300 знаков с использованием 3-4 найденных ключевых слов и словосочетаний. Ключевые слова в тексте выделяются **болдом**.

Д. Графика и инфографика

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Анализ рынка и конкурентной среды
- Бриф
- Дебриф
- Варианты нейма
- Макет мудборда
- Рекламный текст

Выполняемая работа:

- Разработка логотипа (не менее 2 вариантов)
- Выбор окончательной версии логотипа
- Разработка инфографики

Е. Планирование рекламной кампании

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Анализ рынка и конкурентной среды
- Бриф
- Дебриф
- Варианты нейма
- Макет мудборда
- Результаты, полученные в ходе выполнения предыдущих модулей

Выполняемая работа:

- Разработка плана рекламной кампании (РК)
- Определение каналов продвижения торговой марки
- Определение предварительной оценки бюджета РК для интернет-продвижения по поиску
- Определение перспективных каналов в интернет-среде
- Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете

Г. Визуализация в интернет-среде

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Материалы предыдущих модулей

Выполняемая работа:

- Разработка визуальной концепции мини-сайта в рамках РК
- Публикация мини-сайта в интернете
- Оптимизация макета для SEO-продвижения
- Оптимизация макета для SMM-продвижения

Ожидаемые результаты и оцениваемые объекты:

- Наличие в папке Модуль6 файла Формаб.pdf
- Наличие в файле Формаб.pdf линка (ссылки) на опубликованный сайт
- Открытие сайт по указанной ссылке
- Наличие в мини-сайте элементов анимации
- Наличие в мини-сайте рекламного текста из *Модуля3*

- Наличие в мини-сайте элементов инфографики
- Наличие у сайта 3-х и более страниц сайта

Г. Презентация

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Бриф
- Дебриф
- Отобранная версия нейма
- Макет мудборда
- Скриншоты экранов, подтверждающих оригинальность разработок
- Файл логотипа
- Инфографика
- План рекламной кампании
- Файл логотипа в векторном и растровом формате
- 2-4 черновых вариантов логотипов

Выполняемая работа:

- Подготовка и сбор материалов для создания итоговой презентации проекта (из материалов предыдущих модулей).
- Подготовка электронной презентации (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы).
- Публичная защита презентации проекта

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
- Комната экспертов с выделенной зоной 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 и макетных проектных работ, необходимость которых может возникнуть у участника.

Площадка должна быть оборудована принтером А4. Необходимо наличие смежной или близкорасположенной комнатой для экспертов. 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. Компьютеры участников должны быть подключены к интернету и сетевому принтеру. Схема компоновки рабочего места приводится в плане застройки (усредненный вариант).

Требования к работе интернета на площадке:

- Модуль 1 – На время выполнения модуля интернет включен только на «серфинг».
- Модуль 2 – На время выполнения модуля интернет включен только на «серфинг».
- Модуль 3 – На время выполнения модуля интернет включен только на «серфинг».
- Модуль 4 – На время выполнения модуля интернет включен в полном режиме.
- Модуль 5 – На время выполнения модуля интернет включен только на «серфинг».
- Модуль 6 – На время выполнения модуля интернет включен в полном режиме.
- Модуль 7 – На время выполнения модуля интернет выключен.

5.4. РАЗРАБОТКА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Конкурсное задание разрабатывается по образцам, представленным Менеджером компетенции на форуме WSR (<http://forum.worldskills.ru>).

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.

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, утверждённого Менеджером компетенции и размещённого на форуме экспертов. Задания могут разрабатываться как в целом, так и по модулям. Основным инструментом разработки Конкурсного задания является форум 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	Берётся в исходном виде с форума экспертов задание предыдущего	Разрабатывается на основе предыдущего чемпионата с

	Национального чемпионата	Национального чемпионата	учётom всего опыта проведения соревнований по компетенции и отраслевых стандартов за 6 месяцев до чемпионата
Утверждение Главного эксперта чемпионата, ответственного 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 С+1	В день С+1	В день С+1

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://forum.worldskills.ru>). Решения по развитию компетенции должны приниматься только после предварительного обсуждения на форуме. Также на форуме должно происходить информирование о всех важных событиях в рамках компетенции. Модератором данного форума являются Международный эксперт и (или) Менеджер компетенции (или Эксперт, назначенный ими).

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://forum.worldskills.ru>.

6.4. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ

Общее управление компетенцией осуществляется 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.

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. 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 об изменениях в Инфраструктурном листе.

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

- Инструменты для ручного рисования (при необходимости)
- Ножницы, нож канцелярский (при необходимости)
- Линейка, стальная линейка (при необходимости)
- Двусторонний скотч (при необходимости)

Тулбокс по данному списку участник komponует самостоятельно и предъявляет его перед соревнованиями заместителю главного эксперта или главному эксперту.

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, 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

