

Конкурсное задание

Компетенция

T10 Интернет-маркетинг

Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:

1. Формы участия в конкурсе
2. Задание для конкурса
3. Модули задания и необходимое время
4. Критерии оценки
5. Необходимые приложения

Количество часов на выполнение задания: 20 ч.

1. ФОРМЫ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

Индивидуальный конкурс.

2. ЗАДАНИЕ ДЛЯ КОНКУРСА

Конкурс организован по модульному принципу. Для каждого модуля участник получает задание в виде запроса заказчика с реальной (или смоделированной) ситуацией из области маркетинговых исследований и маркетинговых задач. Форма представления запроса варьируется в зависимости от заданий к модулю, как правило это запросы заказчика и сформулированная легенда, в соответствие с которой необходимо выполнить задание. Для выполнения каждого модуля предлагаются четкие временные рамки. Они устанавливаются таким образом, чтобы задачи были выполнены очень быстро при полной концентрации внимания.

Конкурсное задание состоит из 4 модулей и может выполняться как по модульно, так и в разной последовательности, в зависимости от поставленной задачи. Оценка происходит по модульно.

3. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

Модули и время сведены в таблице 1

Таблица 1.

№ п/п	Наименование модуля	Рабочее время	Время на задание
1	Модуль А: Основные термины и понятия в интернет-маркетинге. Анализ конкурентов.	09.00-13.00 Перерыв 13.00 -14.00	4 часа
2	Модуль В: Организация процессов в интернет-маркетинге.	14.00-18.00	4 часа
3	Модуль С: Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия.	09.00- 13.00 Перерыв 13.00 -14.00 14.00-17.00	7 часов
4	Модуль D 4: Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге	09.00- 14.00 Перерыв 14.00 -15.00	5 часов

Заявка от заказчика:

Участнику предоставляется конкурсное задание со специально подготовленной заявкой от заказчика на сравнительный анализ конкурентной среды, разработке стратегии продвижения в социальных сетях, разработке уникального торгового предложения, разработке рекламных слоганов и рекламных модулей, привлечению трафика на площадки заказчика, разработка шаблонов и текстов e-mail-рассылок, аудит аккаунтов в социальных сетях, разработку контент-плана и выполнения ежедневных работ по нему, разработку технического задания для дизайнера для лендинга с определенным целевым действием, разработка и создание лендинга. Заявка может быть представлена как определенной компанией, промышленным предприятием и т.д., или основана на одной из категорий представленной в World Skills Russia:

1. Информационные и коммуникационные технологии.
2. Производство и инженерные технологии.

3. Строительство и строительные технологии.
4. Искусство и дизайн.
5. Транспорт и логистика.
6. Сфера услуг

Участнику необходимо изучить полученную от заказчика информацию, провести анализ его деятельности, торговых предложений, а также аудит его социальных сетей и (или) сайта. В соответствии с заданными критериями, а также на основании дополнительной информации, собранной участником, он определяет целевую аудиторию, каналы и способы продвижения, которые представит заказчику.

При защите выполненного задания участник должен обосновать аналитические выводы и причины своего выбора.

Участник готовит пакет документов в формате Word, Excel, PowerPoint и отправляет их заказчику на указанный электронный адрес.

Модуль А:

Задание:

1. Маркетинговая задача на отдельном файле

2. Сравнительный анализ конкурентов:

1. Найти не менее 10 аналогичных проектов, составив аналитическую справку, в которой будет проведен анализ проектов не менее чем по 5 критериям.

2. Составить таблицу сравнительного анализа аналогичных проектов, на основании которой сделать не менее 5 выводов.

3. Выявить страницы/аккаунты этих проектов, провести сравнительный анализ, на основании которого также сделать не менее 5 выводов.

4. Защитить модуль А в формате выступления, подготовив для выступления краткую презентацию (время выступления не более 5 мин.)

Модуль А сдается в виде аналитической справки (документ Word с указанием ФИО участника на титульном листе) и презентации (формат ppt с указанием ФИО участника на титульном листе) со ссылками на соответствующие страницы/ аккаунты.

Модуль В:

Задание: Продвижение в социальных сетях.

Определить и описать целевую аудиторию.

2. Создать стратегию продвижения в соответствии с целевой аудиторией по направлениям:

Концепция:

- Цели
- Задачи для достижения каждой цели, если их более одной
- Целевая аудитория: характеристика для таргета
- Модели поведения аудитории и чем можно на нее влиять
- Основная идея в контенте
- Рубрикатор
- Реализация в соцсетях

Примеры:

- Стиль текста
- Дизайн и оформление
- Темы в рубриках
- Примеры постов из рубрик
- Примеры опросов
- Примеры конкурсов

3. Определить социальные сети для продвижения и обосновать их.

4. Создать страницу/группу в социальной сети, учитывая правила создания групп и страниц в качестве персонального бренда.

5. Создать пост-приветствие и опубликовать его в социальной сети, закрепив вверху страницы/группы. Сделать скриншот и указать ссылку на него.

6. Привлечь не менее 50 подписчиков на созданную страницу в сети.

7. Составить контент-план на 2 недели, учитывая правила их разработки.

8. Написаны тексты для нескольких видов постов (указывается непосредственно в задании).

Модуль сдается в виде документов: Word с указанием ФИО участника на титульном листе и Excel.

Модуль С:

Задание часть 1: Создание уникального торгового предложения (УТП)

1. Создать почтовый ящик @yandex.ru для общения с целевой аудиторией от лица администрации проекта
2. описать целевую аудиторию проекта не менее чем по 5 критериям
3. придумать не менее 5 продуктов и УТП (уникальное торговое предложение)
4. написать Техническое задание для дизайнера с референсами на разработку фирменного стиля проекта и его продуктов
5. создать рекламную стратегию: определить каналы продвижения, бюджет, сроки исполнения, не менее 3 хештегов
6. защитить модуль С в формате выступления (время выступления не более 5 мин.)

Форма сдачи модуля: Презентация PowerPoint и образец приветственного письма от администрации проекта целевой аудитории.

Задание часть 2: Рассылки

1. придумать 5 темы любых возможных рассылок с максимальным на ваш взгляд Open Rate.
2. составить тексты письма в соответствии с темами.
3. придумать 1 автоматическую рассылку. Составить текст письма.
4. придумать 1 периодическую рассылку. Составить текст письма.
5. придумать 1 триггерную рассылку. Составить текст письма.
6. придумать 1 служебную рассылку. Составить текст письма.

Форма сдачи модуля: Единый документ Word.

Модуль D:

Задание (вариант 1)

1. Собрать статистику по странице в соцсетях ХХХ:
 - a) - количество постов в день
 - b) - количество подписчиков на начало отчетного периода
 - c) - количество подписчиков на конец отчетного периода
 - d) - количество лайков
 - e) - количество репостов
 - f) - количество комментариев
 - g) - количество ответов на комментарии

Написать рекомендации на основе полученных данных

Форма сдачи модуля: Презентация PowerPoint и защита модуля.

Задание (вариант 2)

1. Лендинг:

- a) Сформулировать цель лендинга
- b) - придумать витрину: текст, визуальное оформление и акценты.

2. Разработать ТЗ на создание лендинга для дизайнера.

3. Подготовить презентацию лендинга для клиента в PowerPoint (минимальное количество слайдов — 5, максимальное — 10)

Форма сдачи модуля:

- 1. Прототип в любом удобном формате
- 2. ТЗ в формате Word
- 3. Презентация PowerPoint
- 4. Защита модуля

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Этот раздел определяет критерии оценки и количество баллов (субъективных и объективных).

В основе схемы начисления баллов лежат критерии оценки, которые выводятся вместе с конкурсным заданием. Критерии оценки соответствуют заголовкам разделов. Схема начисления баллов отражает удельный вес критериев в соответствии со стандартами.

Общая сумма баллов для всех критериев оценки должна быть 100.

5. ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ КОНКУРСА

Конкурс проводится на русском языке (знание английского/немецкого) приветствуется. Вся документация, публичные презентации и общение с экспертами – на русском языке.

Участникам не разрешается приносить в зону соревнований какие-либо личные вещи (карты памяти, а также любые другие средства коммуникации), при этом может быть разрешено использование мобильных телефонов, если необходимо регистрироваться в определенных сервисах, необходимых для выполнения задания.

Необходимые оборудование, установки и материалы

Все оборудование и материалы будут предоставлены организаторами.