



## Конкурс на лучший ролик по социальной рекламе

### I. Общие положения

**1.1.** Всероссийский конкурс на лучший ролик по социальной рекламе (далее - конкурс), проводится ежегодно с целью приобщения будущих бакалавров, специалистов, магистров по рекламе и связям с общественностью к новым информационным технологиям создания рекламного продукта и продвижения социальной рекламы.

**1.2.** Руководство конкурсом осуществляет Организационный комитет конкурса (далее - Оргкомитет). Состав Оргкомитета формируется из специалистов социальной рекламы, профессорско-преподавательского состава, работающего в сфере рекламы и связей с общественностью, общественных деятелей, психологов, участвующих в создании медийной продукции.

**1.3.** Оргкомитет:

- утверждает состав Экспертного совета, рассматривает предложения о включении в состав Оргкомитета новых членов;
- утверждает календарный план (программу) проведения конкурса (определение победителей ежегодно к первой-второй декаде апреля);
- формирует порядок проведения финальных процедур конкурса;
- подводит итоги конкурса.

### II. Цель и задачи конкурса

**2.1.** Цель конкурса - создание лучших образцов видеопродукта социальной рекламы и проведение социальных рекламных кампаний на территории Российской Федерации.

**2.2.** Основные задачи конкурса:

- вовлечение в конкурсные мероприятия наибольшего количества молодежи, прежде всего из числа студентов, приобщение к социальному творчеству в сфере рекламы и связей с общественностью;
- повышение общественной значимости социальной рекламы;
- поддержка становление, укрепление и поддержка профессиональных сообществ специалистов, работающих над созданием социальной рекламы;
- формирование комплекса наглядных практических материалов в форме образцов социальной рекламы, способных оказать существенное воздействие на формирование позитивного общественного мнения, здорового образа жизни.

### III. Номинации видео- и печатной рекламы на 2016 год:

а) видеоролик:

- о здоровом образе жизни;
- о "социальных болезнях" общества;
- о борьбе с человеческими пороками;
- об экологии природы и человека.

б) плакат, другой печатный вариант социальной рекламы.

#### IV. Участие в конкурсе

Участниками конкурса могут стать как физические лица (отдельные авторы, авторские коллективы), так и юридические лица (дизайнерские студии студентов, студенческие рекламные агентства и др.). Возрастных и территориальных ограничений нет. Принять участие в конкурсе может любой желающий.

Участие в конкурсе бесплатное.

Работы направляются по почте (возможно использование e-mail) или доставляются нарочным в адрес Оргкомитета Конкурса.

От одного участника на конкурс принимается одна работа.

Лучшие конкурсные работы оргкомитет размещает в масс-медиа (в целях продвижения авторов, соответствующих кафедр и вузов).

#### V. Условия конкурса

**5.1.** К конкурсным работам, направленным в адрес Оргкомитета конкурса, прилагается заявка установленного образца (приложение 1).

##### **В заявке необходимо указать:**

- тему;
- номинацию;
- сведения о том, выходил ли конкурсный материал в СМИ в записи или в прямом эфире, размещался ли на рекламных щитах, в печатных изданиях и т.п.; расписка автора в том, что он является автором и его право не оспаривается и не ограничено.
- для физических лиц - фамилия, имя, отчество; почтовый и электронный адреса; контактные телефоны, паспортные данные, дата рождения, ИНН (если имеется);
- для юридических лиц - полное наименование организации; ОГРН, ИНН, КПП, банковские реквизиты.

В заявке обязательно указывается, что правообладатели материалов, присылаемых на конкурс, не возражают против их размещения в сети Интернет, использования в теле- и радиопередачах и на наружных рекламных носителях на территории Российской Федерации, а также публикации или упоминания в печатных средствах массовой информации.

Конкурсная работа представляется в распечатанном виде (формат А3) и на электронном носителе (CD\DVD дисках).

**5.2.** Представляя работу на конкурс, участник должен учитывать наличие в произведении элементов эффективной рекламы:

- работа должна иметь позитивный, жизнеутверждающий характер;
- содержание произведения, его, сюжет, действия персонажей не должны противоречить действующему законодательству Российской Федерации, в т.ч. Закону РФ "О рекламе"; в рекламном сообщении должны отсутствовать неэтичные материалы, а также сведения, не соответствующих действительности (недостоверные сведения);
- текст рекламного ролика должен быть кратким, лаконичным, оригинальным;
- рекламное обращение должно иметь эмоциональную насыщенность, создаваемую цветом, светом и другими графическими элементами.

**5.3.** Выдвинутая на конкурс работа представляется в виде видео рекламы - CD/DVD в формате AVI (хронометраж не более 90 секунд, субтитры на русском языке), каждый ролик подается на отдельном носителе с текстовым описанием сценария и обложкой CD/DVD (Coverdesign) в электронном виде в формате JPEG/TIFF для публикации в каталоге и на веб-ресурсе.

**5.4.** К каждой конкурсной работе прилагается в печатном виде содержательное и техническое описание представленных материалов (объемом до 1 стр. кегль 14, одинарный междустрочный интервал, бумага А4). Текст на национальном языке обязательно сопровождается переводом на русский язык в печатном виде.

**5.5.** Экспертный совет вправе отклонить присланные работы, если они не соответствуют условиям настоящего Положения.

## **VI. Оценка конкурсных материалов и определение победителей конкурса**

**6.1.** Оценка конкурсных работ и определение победителей проводится Экспертным советом Конкурса (далее - Экспертный совет).

**6.2.** Экспертный совет оценивает конкурсные работы по 5-балльной системе по следующим критериям:

- **соответствие теме;**
- **грамотность/профессионализм решения, эффективность рекламных, социальных методик и технологий;**
- **социальная значимость, позитивность и креативность (новизна идеи, оригинальность, гибкость мышления авторов);**

**6.3.** Решение Экспертного совета по определению победителей конкурса принимается открытым голосованием простым большинством голосов от установленного числа членов Экспертного совета. При равенстве голосов решающим является голос председателя Экспертного совета конкурса.

Для оценки и экспертизы представленных проектов Экспертный совет конкурса может привлекать специалистов, пользующихся авторитетом в соответствующих конкурсным номинациям сферах деятельности.

В каждой из номинаций конкурса присуждаются первое, второе и третье места.

**6.4.** Работа автора, не представившего (представившего неполные) сведения, указанные в пункте 5.1. Настоящего Положения, может быть не допущена к участию в конкурсе по решению Экспертного совета.

## **VII. Подведение итогов конкурса и награждение победителей**

**7.1.** Срок подведения итогов текущего конкурса – **2 апреля 2016 года** (ежегодно вручение призов приурочивается к важнейшим мероприятиям в сфере рекламы и связей с общественностью в первой или во второй декадах апреля)

**7.2.** Результаты текущего конкурса оглашаются на Всероссийской конференции заведующих кафедрами рекламы, связей с общественностью и смежных специальностей. Победители награждаются дипломами, призами, денежными премиями.

**7.3.** Итоги конкурса доводятся до сведения общественности через средства массовой информации.

## **VIII. Прочие условия**

**8.1.** Присланные конкурсные работы возврату не подлежат и отзывы на них не предоставляются.

**8.2.** Организаторы конкурса оставляют за собой право использовать конкурсные работы в некоммерческих целях и без денежного вознаграждения автора (авторского коллектива): проведение на территории Российской Федерации социальных рекламных кампаний, созданных на

базе конкурсных работ; посредством распространения опыта через тиражирование этих работ (электронного каталога, Интернет ресурсов), распространение социальной рекламной продукции в общеобразовательных, профессиональных и высших учебных заведениях; репродуцирование работы для нужд конкурса и в целях его рекламы, при проведении общественно значимых мероприятий на территории Российской Федерации, а также в методических и информационных изданиях, для трансляции по телевидению, радио; размещения на наружных рекламных носителях и в сети Интернет; полное или частичное использование в учебных и иных целях.

**8.3.** Срок окончания приема работ на текущий конкурс - **до 2 апреля 2016 года включительно.**

**8.4.** Адрес Оргкомитета: **119606, Россия, Москва, проспект Вернадского, 84, ауд. 3021, 3122 (2-ый учебный корпус), Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Кафедра общественных связей и медиаполитики: "В Оргкомитет конкурса Ф.И. Шаркову";**

телефон для справок: (499) 956-05-01/07-01; e-mail: [sharkov\\_felix@mail.ru](mailto:sharkov_felix@mail.ru).

### **З А Я В К А**

*на участие во Всероссийском конкурсе на лучший ролик по социальной рекламе*

#### **Сведения об авторе:**

1. Полное название организации / Ф.И.О. участника

2. Индекс, почтовый адрес организации/участника

3. Ф.И.О. и должность руководителя организации/работ

4. Ф.И.О. и должность контактного лица полностью

5. Контактные телефоны/факс \_\_\_\_\_  
e-mail \_\_\_\_\_

6. Сведения об исполнителях (паспортные данные, дата рождения, ИНН, номер пенсионного свидетельства (для физических лиц); ОГРН, ИНН, КПП, банковские реквизиты (для юридических лиц)).

	Фамилия, имя, отчество (полностью)	Должность
.		
.		
.		

#### **Сведения о конкурсной работе:**

7. Заявленная номинация \_\_\_\_\_

8. Название конкурсной работы/коллекции

9. \_\_\_\_\_

10. Дата создания работы \_\_\_\_\_

11. Авторское право (в том числе соавторство) \_\_\_\_\_

12. Сведения об участии конкурсной работы в других конкурсах и фестивалях, получение там наград и призов \_\_\_\_\_

13. Сведения о том, выходил ли конкурсный материал в СМИ в записи или в прямом эфире, размещался ли на рекламных щитах, в печатных изданиях

14. Работы представлены в виде: \_\_\_\_\_

- распечатка содержательного и технического описания объемом не более 1 страницы на листе бумаги формата А4;
- видеоролик на CD/DVD-носителе в формате AVI, хронометраж – не более 90 секунд.

**К работе прилагаются:**

1. Смысловое описание (сценарный план) каждой отдельной работы и коллекции в целом (в печатном виде, кегль 12, интервал полуторный, с одной стороны листа).
2. Пронумерованный список названий изображений/роликов для коллекций.

**С условиями Конкурса ознакомлен и согласен.**

Дата подачи заявки « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Подпись руководителя организации/участника \_\_\_\_\_  
/\_\_\_\_\_/.

М.П.

**ВНИМАНИЕ!** К Заявке прикладывается расписка автора о том, что он является автором и его право не оспаривается и не ограничено, а также указывается, что правообладатели материалов, присылаемых на конкурс, не возражают против размещения содержащихся в работах материалов в сети Интернет, использования их в теле- и радиопередачах и на наружных рекламных носителях на территории Российской Федерации, а также публикаций в печатных средствах массовой информации, в том числе посвященных конкурсу. Заявку заполнять разборчиво. На каждую работу заполняется отдельная заявка. Электронные носители должны быть подписаны (организация, номинация, название работы, год). Файлы с конкурсными работами не должны содержать сведений об авторах. Каждый ролик должен быть записан отдельным файлом, блоки не принимаются.