



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ



А.Л. Шестаков
2016 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

г. Челябинск

О конкурсе рекламных и PR-проектов «ЮУрГУ – умный университет на глобальном рынке»

1. Общие положения

1.1. Данное Положение определяет правила и порядок проведения студенческого конкурса рекламных и PR-проектов для продвижения университета в контексте слогана: «ЮУрГУ – умный университет на глобальном рынке».

1.2. Учредителями конкурса являются Управление коммуникационной политики и факультет журналистики ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет).

1.3. Конкурс проводится на базе ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет) (далее – ЮУрГУ (НИУ)).

2. Цели и задачи конкурса

Целями и задачами конкурса является:

2.1. Повышение международной конкурентоспособности ЮУрГУ (НИУ) за счет формирования и продвижения бренда, значительного усиления роли коммуникаций и повышения узнаваемости университета в мировом пространстве.

2.2. Развитие интереса и формирование уважения студентов к истории и культуре ЮУрГУ (НИУ).

2.3. Развитие творческого потенциала и реализация возможности самовыражения студенчества посредством использования различных форматов мультимедийных информационных технологий.

2.4. Повышение информированности целевых аудиторий в том, что ЮУрГУ (НИУ) ориентируется на достижение позиций глобального лидера в

области суперкомпьютинга, инжиниринга, естественных наук и наук о человеке.

3. Организаторы и жюри конкурса

3.1. Общее руководство, подготовку и проведение конкурса осуществляет Оргкомитет, в состав которого входят сотрудники и преподаватели Управления коммуникационной политики, факультета журналистики ЮУрГУ (НИУ).

3.2. Оргкомитет осуществляет функции по согласованию формы, порядка и основных этапов проведения конкурса, руководство подготовкой и проведением конкурса, подведение итогов конкурса, награждение участников.

3.3. В состав жюри конкурса входят специалисты, имеющие опыт, собственные разработки в сфере рекламы и PR, а также представители Управления коммуникационной политики и факультета журналистики.

4. Участники конкурса:

4.1. Участниками конкурса могут стать студенты, аспиранты, творческие коллективы студентов всех форм обучения университета, представившие конкурсные работы в соответствии с предложенной номинацией.

4.2. Участник имеет право обращаться в Оргкомитет конкурса за консультациями при подготовке своей работы.

4.3. Соблюдение авторских прав участников конкурса осуществляется в соответствии с Законодательством РФ в области рекламы и авторских прав.

5. Номинации конкурса

5.1. Конкурс проводится по следующим номинациям:

- наружная реклама (рекламные щиты 3х6, плакаты и т.д.);
- интернет-реклама (анимированные или статичные баннеры;
- рекламная полиграфическая продукция (листовки, буклеты, календари и т.д.);
- видео- и радиореклама;
- PR-акция.

5.2. Конкурс проводится с целью разработки проекта по продвижению университета в контексте слогана: «ЮУрГУ – умный университет на глобальном рынке».

6. Порядок приема конкурсных работ

6.1. Для участия в конкурсе участник предоставляет в Оргкомитет следующий пакет документов:

- заявку на участие в конкурсе (см. Приложение 1);
- конкурсную работу в соответствии с техническими требованиями.

6.2. Количество выставляемых на конкурс работ не ограничивается, на каждую заполняется отдельная заявка.

6.3. Сроки и условия подачи заявок и сдачи в оргкомитет конкурса готовых работ с 1 февраля до 17 марта 2016 года. Подведение итогов конкурса состоится 26 марта 2016 г.

6.4. Конкурсные работы, оформленные с нарушением установленных требований, к участию в конкурсе не допускаются и возвращаются авторам на доработку.

6.5. Заявки на участие в конкурсе принимаются по адресу:
454080, г. Челябинск, пр. Ленина, д. 76, главный конкурс, аудитория 437.

Тел. 8 (351) 267-93-97.

Контактное лицо: Зайкова Ольга Николаевна

E-mail: zon7474@mail.ru

7. Условия и порядок проведения конкурса

7.1. Конкурсные работы представляются Оргкомитетом на рассмотрение жюри в соответствии с техническими требованиями, установленными в разделе 9.

7.2. Решение жюри о выборе победителей конкурса принимается простым большинством голосов и оформляется протоколом, в котором содержится наименование победителей конкурса, состав жюри и результаты голосования.

7.3. Подведение итогов в каждой из номинаций производится по 5-балльной шкале. Победители определяются по количеству набранных баллов.

7.4. К критериям оценки относятся:

- соответствие работы заявленной тематике конкурса;
- оригинальность подачи материала (новизна идеи, гибкость мышления);
- особенности использования мультимедийных изобразительно-выразительных средств.

7.5. Вручение дипломов и призов осуществляется на церемонии награждения победителей конкурса.

8. Возврат конкурсных работ

8.1. Представленные на конкурс работы авторам не возвращаются и становятся собственностью Оргкомитета.

8.2. Оргкомитет конкурса оставляет за собой право использования конкурсных работ в образовательных, научных, рекламных и иных целях.

9. Технические требования к конкурсным работам

9.1. Работы необходимо представлять в Оргкомитет конкурса в соответствии со следующими техническими требованиями:

— номинация «Наружная реклама»: работа должна представлять собой макет рекламного щита (формат 3х6). Макет должен быть изготовлен в электронном виде с разрешением 300 dpi, в форматах *jpg, *gif, *psd, *tif, *.cdr и содержать краткий текст (слоган) и один визуальный образ;

— номинация «Интернет-реклама» включает следующие форматы предоставляемого файла: графический баннер .gif (анимированный или статичный); статичные .png; flash-баннеры .swf;

— номинация «Рекламная полиграфическая продукция» (листовки, буклеты, календари и т.д.): макет в электронном виде с разрешением 300 dpi, в форматах .jpg, .cdr, .psd;

— номинация «Видео- и радиореклама». Номинация «Видеореклама»: работы принимаются на цифровых носителях (DVD, CD, Flash-носители). Все представленные на Конкурс видеоролики должны соответствовать следующим параметрам: формат видео – DVD, AVI, MPEG2, FLV, MP4 – или аналоги; минимальное разрешение видеоролика – 720x480 (12:8 см.). Номинации «Радиореклама»: хронометраж работы – 1-3 минуты. Наличие документальных шумов и музыкального оформления приветствуется. Радиоматериалы принимаются в формате .wave, записанные на CD-диске, с указанием ФИО автора. При необходимости авторы могут приложить к аудиозаписи свой текстовый комментарий;

— номинация «PR-акция» (титульный лист, текст работы объемом – 5-15 страниц, редактор Microsoft Word; формат файла – .doc, формат страницы – А4, шрифт – Times New Roman, размер – 14 кегль).

9.2. Предоставляемая на конкурс работа должна отвечать следующим требованиям при создании наружной рекламы:

— работа и ее содержание, сюжет не должны противоречить законодательству Российской Федерации (Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);

— текст должен быть кратким оригинальным и лаконичным, в тексте желательно наличие эмоциональной окраски;

— в рекламе должны отсутствовать сведения, несоответствующие действительности.

Начальник Управления коммуникационной
политики

О.В. Ануфриева

Декан факультета журналистики

Л.П. Шестеркина

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ

Участник

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Курс, группа, направление _____

Контактный телефон, электронная почта _____

Конкурсная работа

Название работы _____

Краткое описание работы _____

Руководитель (звание, ФИО, должность) _____

Дата заполнения заявки « ____ » _____

Подпись участника _____