

ПОЛОЖЕНИЕ
о проведении X Международного молодежного фестиваля рекламы
и PR-коммуникаций «Зеленое яблоко»

1. Общие положения

- 1.1. Настоящее Положение определяет порядок организации и проведения Международного молодежного фестиваля рекламы и PR-коммуникаций «Зеленое яблоко» среди студентов вузов и учащихся старших классов школ на лучшую работу в области рекламы, маркетинга и связей с общественностью.
- 1.2. Учредителем фестиваля является Торгово-Экономический факультет ГОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (научно-исследовательский институт), кафедра «Маркетинговые коммуникации».
- 1.3. Фестиваль проводится под патронажем Рекламной ассоциации «РА» (г.Челябинск).
- 1.4. Фестиваль является открытым общественно-образовательным проектом, объединяющим творческую молодежь, область профессионального или любительского интереса которой являются современные маркетинговые коммуникации, технологии рекламы и связей с общественностью (PR).

2. Цели и задачи фестиваля

Целями и задачами фестиваля «Зеленое яблоко» являются:

- 2.1. Перспективное формирование профессиональных кадров в области рекламы, связей с общественностью и интегрированных маркетинговых коммуникаций для различных отраслей экономики и предпринимательства.
- 2.2. Формирование профессионального сообщества учащихся, студентов и преподавателей высших учебных заведений в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью;
- 2.3. Развитие творческих способностей, исследовательских, организаторских навыков учащихся и студентов.
- 2.4. Повышение социального престижа профессий «специалист по рекламе», «специалист по связям с общественностью», «маркетолог» как перспективных и общественно-значимых сфер деятельности.
- 2.5. Совершенствование методик преподавания и форм практической подготовки студентов по дисциплинам общепрофессионального и специального циклов.
- 2.6. Укрепление связи маркетингового, рекламного и PR-образования с предприятиями и организациями, осуществляющими профессиональную деятельность в данных отраслях.
- 2.7. Повышение конкурентоспособности выпускников специальностей 032401 «Реклама», 080111 «Маркетинг», 030602 «Связи с общественностью» и смежных образовательных программ на рынке труда.

3. Организаторы и участники фестиваля

3.1. Оргкомитет фестиваля:

3.1.1. Общее руководство подготовкой и проведением фестиваля осуществляет Оргкомитет, в который входят представители Министерства образования Челябинской области, Министерства экономического развития Челябинской области, ГОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет», а также ведущих профессиональных общественных организаций в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью: Ассоциации преподавателей по связям с общественностью (АПСО), Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО), Гильдии маркетологов России, Российской ассоциации маркетинга (РАМ), рекламной ассоциации г.Челябинска «РА».

3.1.2. Оргкомитет фестиваля осуществляет следующие функции:

- согласование формы и порядка проведения фестиваля;
- осуществление непосредственного руководства подготовкой и проведением фес-

тиваля;

- анализ и обобщение итогов фестиваля;
- осуществление системы взаимодействия с другими оргкомитетами, профессиональными общественными организациями в области маркетинга, рекламы, связей с общественностью и органами самоуправления.

3.2. Жюри фестиваля:

3.2.1. В состав жюри входят:

- авторитетные специалисты, имеющие собственные разработки и/или научные исследования в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью, а также обширную профессиональную практику;
- ведущие преподаватели специальных дисциплин и авторских курсов по рекламе, маркетингу и связям с общественностью;
- руководители рекламных и коммерческих структур.

3.2.2. Состав жюри определяется ежегодно после согласования с каждым из членов жюри и содержится в приложениях к настоящему Положению.

3.3. Участники фестиваля:

3.3.1. Участником фестиваля может стать студент или группа студентов всех форм обучения учебных заведений высшего профессионального образования любой ведомственной принадлежности, представившие конкурсные работы в соответствии с приложениями к настоящему Положению.

3.3.2. В фестивале могут участвовать работы, выполненные студентами, обучающимися как по профильным специальностям («Реклама», «Маркетинг», «Связи с общественностью»), так и по непрофильным образовательным программам высшего профессионального образования.

3.3.3. В фестивале могут участвовать работы, выполненные учащимися старших классов средних общеобразовательных школ, а также учащимися и выпускниками образовательных учреждений начального и среднего профессионального образования.

3.3.4. К участию в фестивале допускаются работы, выполненные иностранными студентами, обучающимися как по профильным специальностям («Реклама», «Маркетинг», «Связи с общественностью»), так и по непрофильным образовательным программам высшего профессионального образования.

3.3.5. Участник вправе обращаться в оргкомитет фестиваля за консультациями при подготовке работы на конкурс.

3.3.6. Соблюдение авторских прав участников фестиваля осуществляется в соответствии с Законодательством РФ в области рекламы и авторских прав.

4. Номинации и конкурсы

4.1. Номинации и конкурсы разработаны с учетом:

- современного состояния рекламного рынка;
- специфики корпоративных и политических связей с общественностью;
- тенденций развития отраслевого маркетинга;
- пожеланий учредителей специальных конкурсов и призов.

4.2. Перечень номинаций и специальных конкурсов содержится в приложении к настоящему Положению.

4.3. По инициативе организаторов, региональных представителей, спонсоров и других партнеров в рамках Фестиваля могут быть учреждены специальные конкурсные номинации, условия участия в которых будут анонсироваться дополнительно. Участники, представленные на одну из специальных номинаций, одновременно участвуют в одной из официальных номинаций Фестиваля.

- 4.4. Технические требования конкурсных работ изложены в приложениях к настоящему Положению.

5. Порядок приема конкурсных работ

- 5.1. Для участия в конкурсе участник обязан представить в Оргкомитет следующий пакет документов (см. приложения):
- заявку на участие в конкурсе;
 - паспорт работы, содержащий краткую пояснительную записку – обоснование содержания предлагаемых материалов;
 - конкурсную работу в соответствии с техническими требованиями.
- 5.2. Количество выставляемых на конкурс работ не ограничено. На каждую работу оформляются отдельные заявка и паспорт.
- 5.3. Сроки и условия подачи заявок и сдачи в жюри фестиваля готовых работ содержатся в Приложениях.
- 5.4. Факт предоставления работы на фестиваль означает согласие конкурсанта с условиями Положения и Приложений к нему.
- 5.5. Конкурсные работы, оформленные с нарушением установленных требований, к участию в фестивале не допускаются и возвращаются авторам на доработку. Если автор не успеет представить исправленную работу к сроку, установленному графиком фестиваля, то работа принимает участие в фестивале следующего года.
- 5.6. Заявки на участие в фестивале принимаются по адресу:
454080, г.Челябинск, пр. Ленина, 76, 2-й корпус, ауд. 572/2.
Тел./факс: (8- 351) 267-93-62, 267-93-04.
E-mail: markom@susu.ac.ru.

6. Условия и порядок проведения конкурса

- 6.1. Конкурсные работы представляются Оргкомитетом на рассмотрение жюри в закодированном виде.
- 6.2. Жюри рассматривает поступившие на фестиваль конкурсные работы на закрытом заседании и определяет лучшие из них, руководствуясь основными критериями, изложенными в приложениях к настоящему Положению.
- 6.3. Решение жюри о выборе победителей фестиваля принимается простым большинством голосов и оформляется протоколом, в котором содержится наименование победителей конкурса, состав жюри и результаты голосования. Протокол по итогам заседаний подписывается членами и председателем жюри. Протоколы жюри хранятся в Оргкомитете фестиваля.
- 6.4. Подведение итогов в каждой из номинаций производится по 5-балльной системе. Победители определяются по количеству набранных баллов.
- 6.5. Наградами фестиваля являются следующие призы и дипломы:
- по номинациям - в каждой номинации присуждается главный приз и диплом;
 - специальный приз и диплом жюри «За оригинальную творческую идею»;
 - специальный приз и диплом жюри «Дебют года»;
 - специальный диплом жюри «За юмор в рекламе»;
 - специальный диплом зрительских симпатий;
 - специальный приз за лучший копирайтинг;
 - специальный приз за лучшую рекламную фотографию;
 - специальный приз за лучшую иллюстрацию;
 - специальный приз за лучшую режиссур;
 - специальный приз за использование инноваций в технологиях;
 - специальный приз за лучшую анимацию;

- специальный приз за лучшее музыкальное сопровождение;
 - специальный приз за лучшие спецэффекты;
 - специальный приз за лучшее использование знаменитостей в рекламе;
 - специальный приз за лучшее использование медиа средства;
 - призы и дипломы спонсоров.
6. 6. Перечень призов и дипломов фестиваля содержится в приложениях к настоящему Положению.
- 6.7. По решению жюри в отдельных номинациях главный приз может не присуждаться или в одной номинации может быть присуждено два главных приза.
- 6.8. Вручение наград и призов осуществляется на церемонии награждения победителей фестиваля.
- 6.9. Участники фестиваля имеют право использовать награды фестиваля в личных рекламных целях.

7. Возврат конкурсных работ

- 7.1. Представленные на фестиваль работы авторам не возвращаются и становятся собственностью Оргкомитета.
- 7.2. Оргкомитет фестиваля оставляет за собой право использования конкурсных работ в образовательных, научных и иных, не связанных с извлечением прибыли, целях с обязательным указанием их автора или авторского коллектива.

Перечень призов и дипломов фестиваля

- **Главный приз и диплом (по номинациям)** присуждается в каждой номинации признанной лучшей конкурсной работе. Технические требования и критерии оценки конкурсных работ представлены в приложении №3.
- **Специальный приз жюри и диплом «За оригинальную творческую идею»** присуждается автору работы, представленной в любой номинации. Основным критерием присуждения этой награды является оригинальность творческой рекламной, маркетинговой и PR идеи, неожиданное и креативное решение задачи по продвижению товаров и услуг.
- **Специальный приз жюри и диплом «Дебют года»** Присуждается школьнику - автору работы, представленной в любой номинации и участвующему в фестивале впервые. Основным критерием присуждения этой награды является яркость и оригинальность представленной работы, сочетающаяся с маркетинговым обоснованием вопроса и соблюдением законодательства о рекламе.
- **Специальный диплом «За юмор»** присуждается автору работы, представленной в любой номинации. Основным критерием присуждения этой награды является оригинальный юмористический подход к подбору и использованию выразительных средств при соблюдении обязательного условия корректности используемых выразительных средств и образов.
- **Специальный диплом зрительских симпатий** вручается по результатам изучения мнений посетителей вернисажа фестивальных работ работе, завоевавшей наибольшее количество голосов в зрительском голосовании. Вернисаж-просмотр рекламных работ действует во время работы фестиваля. На нем представляются все участвующие в фестивале рекламные, маркетинговые и PR работы. Любой посетитель вернисажа вправе принять участие в зрительском голосовании, оставив заполненную анкету зрительских симпатий в специально выделенном Оргкомитетом месте на вернисаже. В предпоследний день работы фестиваля жюри подводит итоги голосования и определяет победителя, которому вручается специальный приз зрительских симпатий.
- **Специальный диплом рекламной ассоциации г.Челябинска «РА»** вручается конкурсной работе представителями рекламной ассоциации г.Челябинска.
- **Призы и дипломы спонсоров** учреждаются спонсорами фестиваля и объявляются дополнительно. Мнение спонсоров может не совпадать с мнением жюри.
- **Другие призы:**
 - Приз за лучший копирайтинг
 - Приз за лучшую рекламную фотографию
 - Приз за лучшую иллюстрацию
 - Приз за лучшую режиссуру
 - Приз за использование инноваций в технологиях
 - Приз за лучшую анимацию
 - Приз за лучшее музыкальное сопровождение
 - Приз за лучшие спецэффекты
 - Приз за лучшее использование знаменитостей в рекламе
 - Приз за лучшее использование медиа средства

**Номинации молодежного фестиваля рекламы и связей с общественностью сезона
2012-2013 гг.**

1. Рекламная полиграфическая продукция
2. Наружная реклама
3. Товарный знак и фирменный стиль
4. Упаковка, этикетка, POS-материалы
5. Радиореклама
6. Телевизионная и кинореклама
7. Интернет-реклама
8. Социальная реклама
9. PR-сопровождение деятельности предприятия
10. Авангард
11. Перспектива (специальная номинация для учащихся школ, колледжей и техникумов)
12. Маркетинговое исследование
13. Проект в области связей с общественностью

Технические требования и критерии оценки конкурсных работ**Номинация №1.****РЕКЛАМНАЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ**

(подноминации: рекламная афиша, рекламный буклет, рекламная брошюра, рекламный календарь)

На конкурс могут быть представлены работы, выполненные в форме рекламных плакатов, объявлений, афиш, листовок, буклетов, каталогов, проспектов, календарей и других полиграфических материалов.

Объектом рекламирования могут стать любые товары и услуги, а также предприятия и организации любой организационно-правовой формы:

- продукты питания и напитки (продукты питания, напитки, лекарственные препараты, корма для домашних животных и т.д.);
- промышленные товары (одежда, обувь, аксессуары, товары для дома и офиса, отделочные материалы, бытовая и оргтехника, парфюмерия, косметика, средства личной гигиены, автомобили, яхты, лодки, велосипеды, мотоциклы и другие средства передвижения, шины, автозапчасти);
- магазины и рестораны (предприятия розничной и оптовой торговли, ярмарки, рынки, магазины продовольственных и промышленных товаров, сети магазинов, салоны по продаже техники, оптики, косметики, парфюмерии, бытовой химии и других товаров массового потребления, бутики, меховые салоны, интернет- и телемагазины, предприятия общественного питания, рестораны, кафе, ночные клубы);
- услуги и корпоративная реклама (предприятия службы быта, автосервис, юридические, финансовые, страховые услуги, путешествия и развлечения: театры, музеи, парки отдыха, курорты, услуги связи, интернет-услуги и т. д.; реклама компаний, не являющаяся рекламой конкретных товаров и услуг);
- реклама СМИ и рекламных агентств (газеты, журналы, теле- и радиостанции и программы, заставки, оформление эфира; самореклама рекламных агентств);

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- один экземпляр конкурсной работы в натуральную величину либо оригинал-макет работы формата не менее А4; для многостраничных изданий – экземпляр каталога, календаря, буклета и т.д.;
- электронную версию работы на CD; на упаковке носителя должно быть указано: название конкурсной работы, автор, имя файла. Формат *.jpg, *.gif, размер А4, размер файла не больше 2 Мб;
- заявку;
- паспорт работы.

Номинация №2.**НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА**

На конкурс могут быть представлены работы, выполненные в форме щитов наружной рекламы, брендмауэров, растяжек, крышных установок, отдельно стоящих рекламных конструкций, указателей и др. элементов наружной стационарной и транспортной рекламы.

Объектом рекламирования могут стать любые товары и услуги, а также предприятия и организации любой организационно-правовой формы:

- продукты питания и напитки (продукты питания, напитки, лекарственные препараты, корма для домашних животных);
- промышленные товары (одежда, обувь, аксессуары, товары для дома и офиса, отделочные материалы, бытовая и оргтехника, парфюмерия, косметика, средства личной гигиены, автомобили, яхты, лодки, велосипеды, мотоциклы и другие средства передвижения, шины, автозапчасти);
- магазины и рестораны (предприятия розничной и оптовой торговли, ярмарки, рынки, магазины продовольственных и промышленных товаров, сети магазинов, салоны по продаже техники, оптики, косметики, парфюмерии, бытовой химии и других товаров массового потребления, бутики, меховые салоны, интернет- и телемагазины, предприятия общественного питания, рестораны, кафе, ночные клубы);
- услуги и корпоративная реклама (предприятия службы быта, автосервис, юридические, финансовые, страховые услуги, путешествия и развлечения: театры, музеи, парки отдыха, курорты, услуги связи, интернет-услуги и т. д.; реклама компаний, не являющаяся рекламой конкретных товаров и услуг);
- реклама СМИ и рекламных агентств (газеты, журналы, теле- и радиостанции и программы, заставки, оформление эфира. Самореклама рекламных агентств);

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- оригинал-макет конкурсной работы формата не менее А4;
- электронную версию работы на CD; на упаковке носителя должно быть указано: название конкурсной работы, автор, имя файла. Формат .tif, разрешение 300 dpi, размер А4;
- preview-версию в формате .jpg (размер не более чем 700x700 пикселей) для виртуальной выставки работ на сайте фестиваля;
- заявку;
- паспорт работы.

Номинация №3. ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

На конкурс могут быть представлены работы по разработке товарного знака и фирменного стиля предприятий и организаций, товаров и услуг, например:

- *магазины, рестораны, спортивные клубы;*
- *СМИ, рекламные и PR-агентства, дизайн-студии;*
- *учреждения культуры и культурно-массовые мероприятия;*
- *некоммерческие акции и пр.*

Для успешного участия в данной номинации конкурсантом должно быть проработано маркетинговое и креативное решение фирменной символики выбранного объекта. Работа может быть представлена как в виде логобука или руководства по фирменному стилю, так и в виде оригинал-макета конкурсной работы формата не менее А3.

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- оригинал-макет конкурсной работы формата не менее А3/ руководство по фирменному стилю/ логобук;
- электронную версию работы на CD. На упаковке носителя должно быть указано: название конкурсной работы, автор, имя файла. Формат *.jpg, *.gif, размер А4, размер файла не больше 2 Мб;
- заявку;
- паспорт работы.

Номинация № 4 УПАКОВКА, ЭТИКЕТКА И POS-МАТЕРИАЛЫ

На конкурс могут быть представлены упаковки, этикетки, ценники, рекламные материалы для размещения в торговых залах (POS-материалы) для продовольственных и непродовольственных товаров.

Объектом рекламирования могут стать любые товары и услуги, а также предприятия и организации любой организационно-правовой формы:

- продукты питания и напитки (продукты питания, напитки, лекарственные препараты, корма для домашних животных);
- промышленные товары (одежда, обувь, аксессуары, товары для дома и офиса, отделочные материалы, бытовая и оргтехника, парфюмерия, косметика, средства личной гигиены, автомобили, яхты, лодки, велосипеды, мотоциклы и другие средства передвижения, шины, автозапчасти);
- магазины и рестораны (предприятия розничной торговли, магазины продовольственных и промышленных товаров, сети магазинов, салоны по продаже техники, оптики, косметики, парфюмерии, бытовой химии и других товаров массового потребления, бутики, меховые салоны, предприятия общественного питания, рестораны, кафе);

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- оригинал-макет конкурсной работы формата не менее А4;
- оригинал упакованного товара, т.е. упаковку, заполненную содержимым или его подобием; например, этикетки серии газированных напитков должны быть наклеены на бутылки, заполненные любой жидкостью соответствующего цвета;
- электронную версию работы на CD. На упаковке носителя должно быть указано: название конкурсной работы, автор, имя файла. Формат .tif, разрешение 300 dpi, размер А4;
- preview-версию в формате .jpg (размер не более чем 700x700 пикселей) для виртуальной выставки работ на сайте фестиваля;
- заявку;
- паспорт работы.

Номинация №5. РАДИОРЕКЛАМА

На конкурс могут быть представлены аудиоматериалы рекламного или PR-характера длительностью не более 90 секунд.

Оргкомитет будет строго следить за продолжительностью роликов, поэтому при необходимости перемонтируйте вашу работу.

Объектом рекламирования или PR-продвижения могут стать любые товары и услуги, а также предприятия и организации любой организационно-правовой формы, например:

- Продукты питания и напитки, лекарственные препараты, корма для домашних животных;
- Промышленные товары (одежда, обувь, аксессуары, товары для дома и офиса, отделочные материалы, бытовая и оргтехника, парфюмерия, косметика, средства личной гигиены, автомобили, яхты, лодки, велосипеды, мотоциклы и другие средства передвижения, шины, автозапчасти);
- Магазины и рестораны (предприятия розничной и оптовой торговли, ярмарки, рынки, магазины продовольственных и промышленных товаров, сети магазинов, салоны по

продаже техники, оптики, косметики, парфюмерии, бытовой химии и других товаров массового потребления, бутики, меховые салоны, интернет- и телемагазины, предприятия общественного питания, рестораны, кафе, ночные клубы);

- Реклама услуг и корпоративная реклама (юридические, финансовые, страховые услуги, путешествия и развлечения: театры, музеи, парки отдыха, курорты, услуги связи, интернет-услуги и т. д.);
- Реклама компаний, не являющаяся рекламой конкретных товаров и услуг;
- Оформление эфира, реклама СМИ и рекламных агентств/услуг (газеты, журналы, теле- и радиостанции и программы, дизайн студии, типографии, заставки, оформление эфира, самореклама рекламных агентств, рекламные услуги рекламных агентств и средств массовой информации)

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- электронную версию работы на CD в формате *.mp3 размером не более 100 Кбайт. На упаковке носителя должно быть указано: название конкурсной работы, автор, имя файла;
- заявку. При представлении серии работ на каждую работу заполняется отдельная заявка. Серией считается несколько работ, выполненных в едином стиле, и представленных в одном конкурсе или номинации;
- паспорт работы

Номинация №6. ТЕЛЕВИЗИОННАЯ И КИНОРЕКЛАМА

На конкурс могут быть представлены рекламные видеоматериалы, предназначенные для трансляции в телевизионном и кино-формате длительностью не более 90 секунд.

Оргкомитет будет строго следить за продолжительностью роликов, поэтому при необходимости перемонтируйте вашу работу.

Объектом рекламирования могут стать любые товары и услуги, а также предприятия и организации любой организационно-правовой формы (см. пояснения к номинации «Радиореклама»)

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- работы на CD в формате *.flv; 25, 30 кадров; соотношение сторон 4:3 (16:9); объем файла не более 1 Мб; на носителях должны быть указаны: название конкурсной работы, автор, имя файла;
- заявку. При представлении серии на каждую работу заполняется отдельная заявка; серией считается несколько работ, выполненных по одному заказу, в едином стиле, и представленных в одном конкурсе или номинации;
- паспорт работы.

Номинация №7. ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА (подноминации: корпоративный сайт, Интернет-банер, промо-сайт)

Корпоративный сайт – сайт компании любого направления деятельности в виде URL (интернет-ссылки на сайт);

Интернет-банер предоставляется в форматах .gif, .jpg, .swf (flash), html и pr.;

Промо-сайты и игры (сайты и игры, разработанные для продвижения конкретного товара или услуги, т.е. призванные продвигать конкретную торговую марку или опреде-

ленную маркетинговую программу компании; работа может быть создана на flash, java, html и др.; в виде URL (интернет-ссылки на сайт)).

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- для показа жюри: URL сайта, и комментарии к работе, которые вносятся непосредственно в заявку, заполняемую на сайте Фестиваля;
- для виртуальной выставки работ на сайте факультета: скриншот работы в формате .jpg, размер не более чем 700x700 пикселей и URL сайта;
- заявку. При представлении серии на каждую работу заполняется отдельная заявка; серией считается несколько работ, выполненных по одному заказу, в едином стиле, и представленных в одном конкурсе или номинации;
- паспорт работы.

Номинация № 8 PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

На конкурс могут быть представлены PR-документы – информационные материалы, предназначенные как для внешней, так и для внутренней общественности, информирующие о деятельности компании, способствующие повышению ее коммуникативной эффективности и формированию положительного имиджа.

Для успешного участия в данной номинации конкурсантом должны быть разработаны коммуникационные документы: письменные информационные материалы, PR-тексты, соответствующие законам их построения, особенностям жанрово-стилевого оформления, а также фирменному стилю продвигаемого PR-субъекта:

- приглашение,
- лист вопросов-ответов,
- статья (занимательная, имиджевая, обзорная),
- поздравление.
- буклет,
- листовка,
- пресс-кит и пр.

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- один экземпляр конкурсной работы в натуральную величину либо оригинал-макет работы формата не менее А4; для многостраничных изданий – экземпляр буклета, брошюры, пресс-кита и т.д.;
- электронную версию работы на CD; на упаковке носителя должно быть указано: название конкурсной работы, автор, имя файла. Формат .tif, разрешение 300 dpi, размер А4;
- preview-версию в формате .jpg (размер не более чем 700x700 пикселей) для виртуальной выставки работ на сайте фестиваля;
- заявку;
- паспорт работы.

Номинация № 9 ПРОЕКТ В ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (подноминации: корпоративный PR, политический и социальный PR)

В данной номинации рассматриваются конкурсные работы, представляющие собой комплекс PR-материалов, выполненных для одного заказчика, в едином стиле, подлежащих размещению в СМИ и других каналах коммуникации.

Работу необходимо представить в виде набора PR- материалов и сопровождающего описания общей концепции проекта.

Участникам номинации будет выделено 15 минут для презентации своего PR-проекта. Во время презентации конкурсант должен осветить:

- цель и задачи проекта;
- целевые аудитории проекта;
- предполагаемые этапы реализации проекта;
- использованные приемы PR-воздействия;
- разработанные PR-материалы

Конечная оценка работы зависит от:

- качества и грамотности проекта;
- качества представленных на конкурс PR-материалов;
- аргументированности подачи материала на презентации.

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- электронную версию описания проекта на CD-диске в формате doc;
- печатную версию проекта PR-кампании (не более 10 листов);
- файл презентации в формате PowerPoint на CD; на упаковке носителя должны быть указаны: автор, название проекта имя файла;
- PR-материалы, разработанные в рамках проекта в следующих форматах:
 - видеоматериалы в формате *.flv; , 30 кадров; соотношение сторон 4:3 (16:9); объем файла не более 1 Мб;
 - образцы печатной продукции, газетных и журнальных публикаций – в электронном виде на CD (A4, *.jpg или *.gif), а также распечатки формата A4;
 - аудио – в формате *.mp3 размером до 100 Кбайт;
 - печатные, газетные публикации – формат *.jpg, размер не более чем 700x700 пикселей.
- заявку;
- паспорт работы.

Номинация № 10 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Под социальной рекламой понимается реклама некоммерческих общественных организаций, объединений, движений, социально значимых целей, организаций и учреждений образования, культуры и искусства, культурных и социально значимых акций, событий, программ, общественных интересов, неполитических объединений граждан, ставящих целями своих организаций борьбу с социальными пороками, сохранение окружающей среды, построение гражданского общества и т. д.

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- рекламные материалы в следующих форматах:
 - Видеоматериалы в цифровом стандарте DV, DVCAM;
 - Образцы печатной продукции, газетных и журнальных публикаций – в электронном виде на CD (A4, 300 dpi, *.tif), а также распечатки формата A4;
- preview-версии материалов для виртуальной выставки работ на сайте фестиваля:
 - видеоматериалы – файл в формате MPEG1, размер окна 320x240 пикселей; звук 44100 Hz (128 kbs), общий размер файла не более 3 Мбайт;
 - аудио – в формате *.mp3 размером до 500 Кбайт;

печатная реклама, реклама в прессе – формат *.jpg, размер не более чем 700x700 пикселей.

- оригинал-макет печатной рекламы формата не менее А4;
- заявку;
- паспорт работы.

Номинация № 11 МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Маркетинговым исследованием является отчет о проведенных исследованиях и измерениях рынка, потребителей, внутренней среды предприятия и т.д., включающий объект и предмет исследования, цель и задачи исследования, план исследования, определение выборки и ее обоснование, рабочие документы, форма базы данных, анализ, полученной информации, рекомендации по использованию результатов.

Маркетинговое исследование может быть проведено по различным направлениям, например:

- определение портрета и основных поведенческих характеристик потребителей продукта;
- социодемографический, психографический анализ и сегментирование потребителей;
- исследования каналов маркетинговых коммуникаций применительно к определенной целевой аудитории, продукту, предприятию, рынку и т.п.;
- анализ уровня удовлетворенности запросов определенного сегмента потребителей;
- изучение отношения потребителей к товарам, торговым маркам, производителям и т.д.

Участникам будет выделено 15 мин. для презентации работы. Презентация должна включать:

- характеристику объекта и предмета исследования;
- цель и задачи исследования;
- определение выборки и ее обоснование;
- анализ результатов работы и рекомендации по их использованию.

Для участия в номинации участник должен представить в Оргкомитет:

- отчет о проведении маркетингового исследования в печатном виде (формат А4);
- электронную версию работы, презентацию, базу данных на CD. На упаковке носителя должно быть указано: название конкурсной работы, автор, имя файла. Формат .tif, разрешение 300 dpi, размер А4;
- заявку;
- паспорт работы.

Номинация № 12 АВАНГАРД

Данная номинация отражает нетрадиционные инструменты, формы и средства продвижения товаров и услуг в современном мире и включает в себя следующие подноминации:

- ambient media (нетрадиционные носители рекламы)
- партизанская реклама
- продвижение с использованием мобильных устройств

- вирусная реклама
- продвижение в социальных сетях
- product placement
- провокационная реклама
- flash mob (уличное представление)

Форма представления работы может варьировать в зависимости от выбранного инструмента продвижения и носителя. Это может быть оригинал-макет конкурсной работы в случае с нетрадиционным размещением рекламы, вирусный ролик (клип, электронная открытка) в случае с вирусной рекламой; URL сайта/ блога, а также скриншот работы в случае с продвижением в социальных сетях, видео ролик flash mob'a и т.д.

В связи со сложностью оценки представленных работ в данной номинации участникам рекомендуется сдавать вместе с работой бриф (техническое задание) на разработку рекламного продукта. Бриф заполняется в произвольной форме, однако обязательными разделами являются: название объекта продвижения, цель продвижения, описание целевой аудитории, формулировка проблемы и уникального/ торгового предложения для потребителя.

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- Работу, выполненную в формате с учетом выбранного инструмента продвижения; на носителях должны быть указаны: название конкурсной работы, автор, имя файла;
- заявку;
- паспорт работы;
- бриф.

Номинация №13 ПЕРСПЕКТИВА

Специальная номинация для учащихся средних общеобразовательных школ, учреждений начального и среднего профессионального образования призвана выявить и поддержать молодые таланты в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью.

В данной номинации могут быть представлены работы, заявленные на любую номинацию фестиваля, и выполненные учащимися школ, лицеев и техникумов. При этом каждая Работа участвует одновременно и в данной номинации, и в своей «тематической» номинации.

В подготовке работ для данной номинации участники фестиваля могут руководствоваться требованиями к любой номинации фестиваля.

Для участия в номинации участники представляют в Оргкомитет:

- рекламные материалы и preview-версии материалов для виртуальной выставки работ на сайте фестиваля (см. требования к другим номинациям);
- заявку;
- паспорт работы.

Сроки и условия подачи заявок и сдачи работ

Фестиваль сезона 2012-2013 гг. проводится в сроки с 8 по 12 апреля 2012 года.

Участие в фестивале бесплатное.

Заявки на участие в фестивале и конкурсные работы принимаются до 30 марта 2012 года.

Работа допускается к участию в фестивале при соблюдении следующих требований:

1. Наличие заявки на участие в печатном виде. Образец заявки приведен в Приложении № 5.
2. Наличие паспорта (описания) работы в печатном виде. Паспорт работы предоставляется вниманию жюри и влияет на итоговую оценку работы. Работы без паспорта на конкурс не принимаются. Бланк паспорта работы см. в Приложении № 6.
3. Соответствие работы требованиям настоящего Положения.
4. Соответствие работы требованиям ФЗ РФ «Об авторском праве и смежных правах». Использование заимствованных разработок должно сопровождаться ссылкой на автора или его разрешением на пользование авторским правом, указанным в паспорте работы.
5. Соответствие работы ФЗ РФ «О рекламе».
6. Отсутствие в работе любого упоминания о личных реквизитах автора для соблюдения принципа анонимности.

Представленные на конкурс работы и их электронные носители авторам не возвращаются и остаются в архиве Оргкомитета фестиваля.

В случае некорректного определения участником конкурсной работы номинации Оргкомитет оставляет изменить заявленную номинацию.

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ

Участник

Фамилия	Имя	Отчество

Дата рождения	Контактные телефоны, электронная почта:

Сведения об учебном заведении

Название учебного заведения	Страна, город

Адрес учебного заведения (не забудьте указать индекс)

Факультет	Специальность	Курс

Интернет-сайт	E-mail	Телефон

Конкурсная работа/проект

Название работы/проекта
<i>Например:</i> Разработка логотипа для бренда «Витек» или «Разработка макета растяжки для компании «Макфа»

Номер и название номинации

Дата заполнения заявки «__» _____

Подпись участника _____

Код работы (заполняется Оргкомитетом)

ПАСПОРТ РАБОТЫ

1. Номер и название номинации

2. Название работы (проекта)

3. Объект маркетингового/рекламного/PR продвижения

4. Краткое описание целевой аудитории

5. Цель и задачи проекта

6. Предполагаемые результаты

Дата сдачи работы «__» _____

Подпись участника _____