

ПРОЕКТ ПОЛОЖЕНИЯ

о конкурсе социальной рекламы, посвящённой вопросам киберграмотности и кибергиgiene в Российской Федерации.

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регламентирует порядок организации и проведения конкурса креативных работ, посвящённых вопросам киберграмотности и кибергиgiene в Российской Федерации (далее - Конкурс).

1.2. Организаторами Конкурса являются: Центральный банк Российской Федерации и Центр проектной деятельности и коммуникационных технологий Факультета рекламы и связей с общественностью Института Массмедиа и рекламы РГГУ.

1.3. Общее руководство Конкурсом осуществляет организационный комитет Конкурса (далее - Оргкомитет).

1.4. Конкурс представляет собой творческий некоммерческий проект, задачами которого является активное использование социальной рекламы для привлечения молодежи к решению общественно-значимых проблем российского общества.

1.5. Сроки проведения конкурса

Конкурс проводится в срок с 1 сентября по 30 ноября 2022 года.

Сроки подачи заявок – до 15 октября 2022 года.

Сроки представления работ – до 30 октября 2022 года.

Подведение итогов конкурса – 30 ноября 2022 года.

2. Цели и задачи конкурса

Конкурс креативных работ проводится для достижения следующих целей:

2.1. Привлечение внимания широких кругов общественности к вопросам киберграмотности и кибергиgiene в Российской Федерации.

2.2. Поощрение стремления творческой молодежи к деятельности в сфере социальной рекламы

2.3. Создание творческой атмосферы общения начинающих рекламистов с профессионалами рекламного рынка.

2.4. Привлечения внимания средств массовой информации к творчеству молодых авторов в сфере социальной рекламы.

3. Правила, условия участия и порядок проведения конкурса

3.1 Условия участия в конкурсе

3.1.1. Участником фестиваля может стать студент или команда студентов (не более трех человек) факультетов рекламы, кафедр рекламы и смежных специальностей ВУЗов и колледжей, представивший конкурсную работу в соответствии с техническими требованиями и критериями выполнения работ.

3.1.2. Участник вправе обращаться в оргкомитет фестиваля за помощью по оформлению работы на конкурс. Соблюдение авторских прав осуществляется в соответствии с Законодательством РФ.

3.1.3. Участники имеют право бесплатно посещать все мероприятия, проводимые в рамках конкурса.

3.1.4. Победители и призеры имеют право использовать дипломы, награды и призы фестиваля в рекламных целях.

3.1.5. Работы призеров конкурса могут быть использованы в рекламных целях органами государственной власти Российской Федерации.

3.2. Номинации конкурса

3.2.1. Печатная реклама (плакат, буклет, календарь, наружная реклама)

3.2.2. Цифровая реклама

3.2.3. Видео-реклама

3.2.4. Разработка стратегии социальной рекламной компании, рекламной концепции и идеи

3.3. Направления и тематика работ

К конкурсу принимаются работы, выполненные в рамках следующих направлений:

1. Киберграмотность
2. Кибербезопасность
3. Кибергигиена

3.4. Порядок оформления заявок и допуска работ к конкурсу

Для участия в конкурсе оформляется индивидуальная или коллективная заявка установленного образца (Приложение1) от имени студента, факультета, кафедры, научного центра или иного учебного или научного подразделения вуза.

К конкурсу допускаются работы, соответствующие тематике, оформленные в соответствии с требованиями к оформлению работ (Приложение 2), присланные в установленные сроки, при наличии своевременно оформленной и зарегистрированной заявки об участии в конкурсе.

Каждый участник и каждый имеет право представить на конкурс не более 2 (двух) работ. Каждое подразделение вуза может включить в заявку не более 5 работ, выполненных разными авторами.

При сдаче работ на конкурс необходимо предоставить: анкету с краткой биографией 3-5 строк (можно в юмористической форме), каждого автора или каждого из участников авторской группы, контактный телефон; информацию об учебном заведении (полное название), факультет (кафедра), почтовый адрес, телефон, факс, адрес сайта.

3.5. Порядок формирования жюри конкурса

Жюри конкурса состоит из постоянно действующей группы экспертов и из приглашенных экспертов, исходя из следующих требований:

- Постоянный состав жюри включает в себя до 15 экспертов, имеющих опыт оценки творческих и научных проектов и обладающих квалификацией в перечисленных в п.3.2.1. направлениях;
- Не менее 30% жюри обладают учёными званиями;
- Приглашенные эксперты обладают высокой квалификацией в области урегулирования межнациональных конфликтов и/ или реализации проектов в рамках гармонизации межнациональных отношений, межкультурных обменов, осуществления национальной политики РФ.

3.6. Критерии и методология оценки работ

Критериями оценки работ являются:

- практическая значимость;
- общественная значимость;
- глубина проработки темы;
- креативность;
- актуальность;
- оригинальность.

Оценка работ осуществляется членами жюри и приглашёнными экспертами с использованием единого оценочного листа. Итоговые оценки выставляются после подсчёта баллов, выставленных экспертами и коллегиального обсуждения качества работ.

3.7. Этапы проведения конкурса

Конкурс проводится в три этапа.

Этап I – Предварительный отбор. Осуществляется вузами. На этом этапе проводится сортировка работ и проверка на соответствие требованиям конкурса, тематике и т.д. Кроме этого работы проверяются на оригинальность.

По итогам этого этапа Оргкомитетом Конкурса составляется предварительный список работ для экспертных оценок.

Этап II – Экспертный тур. Каждая работа оценивается по единым критериям не менее, чем двумя экспертами. При сильном расхождении оценок, проводится дополнительная проверка. Работы, набравшие наибольшее количество баллов, допускаются в финальный тур.

Этап III – Финал. Каждая работа, вошедшая в финал, оценивается полным составом жюри. В рамках третьего этапа может быть предусмотрена очная защита работ.

3.8. Подведение итогов конкурса и награждение победителей.

Работы, набравшие максимальное количество баллов, распределяются по местам в каждой номинации. Победителями конкурса в каждой номинации считаются работы, набравшие в данной номинации максимальное количество баллов. Победители (авторы работ) получают грамоты. По итогам обсуждения членами жюри и экспертами отдельные работы, продемонстрировавшие

нестандартный творческий подход, инновационность идеи, особый взгляд на раскрытие темы, могут рекомендоваться для вручения почётных грамот в специальных дополнительных номинациях.

3.9. Информирование о ходе проведения конкурса.

За информирование участников о ходе проведения конкурсов отвечает Оргкомитет Конкурса. Результаты прохождения этапов конкурса и текущая справочная информация публикуется на специальном сайте (портале) конкурса.

4. Оргкомитет конкурса.

В Оргкомитет Конкурса входят представители Центрального Банка Российской Федерации, а также ведущие эксперты Центр социально-политических исследований и информационных технологий РГГУ.

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ КРЕАТИВНЫХ РАБОТ

Дата заполнения заявки _____

Прошу организовать рассмотрение данной конкурсной заявки для участия в конкурсе исследовательских работ, посвящённых вопросам киберграмотности и кибергиgiene в Российской Федерации (далее - Конкурс)..

Заявитель (вуз или подразделение вуза)

Заявитель (Ф.И.О)

Учёная степень/ Учёное
звание _____

Должность _____

Место работы _____

Контактные данные: мобильный тел.: _____ эл..

почта: _____

Прошу допустить до участия в конкурсе работы наших представителей в следующих конкурсных категориях

Категории (отметить нужное)		Количество:
1	Студенты	
2	Творческие коллективы	

В следующих форматах:

Форматы работ/ номинации (отметить нужное)		Количество:
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		

Общее количество работ _____

Описание работ по категориям и данные участников прилагаются.

Участие в конкурсе означает согласие участников/ заявителей на обработку персональных данных.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТАМ

Каналы коммуникации:

1. Видео ролик

Требования к работе: работы предоставляются в электронном виде в формате avi, закодированные в MPEG2, DV или MPEG4 (например XviD). разрешение 768x576, 384x288, 25 кадров в секунду (25 fps);

длительность видеоработы: 5; 15; 30; 60; 90 секунд.

Критерии оценки:

- Оригинальность креативной идеи
- Образность рекламного текста
- Точность визуальной формулировки,
- Уровень художественного воплощения (стиль и композиция ролика),
- Органичность аудио-визуального ряда.

2. Печатная реклама (плакат, буклет, календарь, наружная реклама)»

Работы предоставляются в электронном виде.

Работа должна быть выполнена в кривых. Предпочтительнее в формате TIFF для PC, разрешение 300 dpi, размер A4, либо в форматах: eps, cdr, ai, pdf; должна быть также копия в формате jpg. В пакетах иллюстративной графики, не предоставляемые шрифты должны быть переведены в кривые.

Критерии оценки:

- Оригинальность креативной идеи,
- Образность рекламного текста,
- Точность визуальной формулировки,
- Уровень художественного воплощения (стиль и композиция)

3. Реклама в интернете (сайты, баннеры, игры, мультимедийные презентации, приложения, кампании в социальных сетях)

Работы предоставляются в электронном виде, сделанные в виде презентации в формате PowerPoint.

Сайты предоставляются с указанием web-адреса и должны сопровождаться скриншотом изображения главной и внутренней страниц в формате JPEG.

Баннеры представляются в виде отдельных файлов. Отдельно предоставляются скриншоты в формате JPEG

Игры и приложения могут представляются в формате SWF Flash или Java с указанием web-адреса размещения работы. Отдельно к работе должны быть предоставлены скриншоты в виде файлов формата JPEG и подробное описание игры с цветовыми решениями и референсами оформления.

Критерии оценки:

- Оригинальность идеи,
- Новизна,
- Образность рекламного текста,
- Точность визуальной формулировки,
- Запоминаемость объекта
- Интерактивность
- Уровень художественного воплощения,

4. Нестандартные носители

Требования к работе:

работы предоставляются в электронном виде, сделанные в виде презентации в формате PowerPoint.

В случае если носитель наделен специфическими свойствами или техническими характеристиками, необходимо приложить справку об идее нестандартного носителя

Критерии оценки

- Оригинальность идеи вживления в инфраструктуру города,
- Нестандартность и новизна носителя
- Соответствие социального послания городской среде
- Образность рекламного текста,
- Точность визуальной формулировки,
- Запоминаемость объекта
- Интерактивность
- Уровень художественного воплощения.

5. Разработка стратегии социальной кампании, рекламной концепции и идеи.

Работы предоставляются в электронном виде, сделанные в виде презентации в формате PowerPoint. Оформление титульного листа – только название, номинация и тема работы. Не более 15 листов

Структура проекта:

обоснование актуальности кампании (не более 15 предложений);

цели и задачи кампании;

основная идея и концепция;

стратегия и механизмы реализации кампании;

целевая группа, на которую рассчитан проект;

план проводимых мероприятий;

сроки и этапы реализации кампании;

ожидаемые результаты и социальный эффект от реализации кампании;

Критерии оценки:

- Оригинальность креативной идеи;
- Общественная значимость темы;
- Убедительность отражения идеи в креативной стратегии;
- Реалистичность предлагаемой разработки
- Глубина социально-культурной, социально-экономической и социально-политической проработки темы;
- Обоснованность целей рекламной кампании.