

ПОЛОЖЕНИЕ

о Всероссийском студенческом конкурсе социальной рекламы «Золотое сечение»

1. Общие положения

1.1 Положение о проведении Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы «Золотое сечение» определяет порядок подготовки и проведения конкурса, его организационное и методическое обеспечение, условия участия в конкурсе, требования к проектным работам и порядок определения победителей конкурса.

1.2 Основными целями конкурса являются:

- создание условий и медиа-инструментов решения социальных проблем;
- повышение медиаграмотности студентов;
- развитие навыков рекламной деятельности студентов;

1.3 Конкурсная студенческая проектная рекламная работа должна привлекать внимания общественности к проблеме социально ответственного и патриотического воспитания молодого поколения.

2. Задачи конкурса

2.1 Вовлечение студентов в деятельность по решению социальных проблем.

2.2 Продвижение и оценка социальной рекламы как инструмента решения социальных проблем на основе рекламных коммуникаций.

2.3 Развитие творческой и познавательной активности студентов.

2.4 Мониторинг информационного поля социальной рекламы.

2.5 Участие в развитии отрасли связей с общественностью, рекламы и медийных технологий в России через стимулирование и поощрение талантливых студентов.

2.6 Продвижение просветительских проектов, направленных на формирование социальной активности и гражданской позиции у студенческой молодежи.

2.7 Конкурсные работы, присылаемые участниками должны затрагивать следующую проблематику:

2.7.1 Патриотизм и гражданская идентичность. Номинация «Единая страна». Проекты, направленные на поддержку межкультурного диалога и на международное сотрудничество. Проекты, направленные на развитие гражданской идентичности, единства российской нации. Проекты, направленные на поддержку армии и ветеранов СВО. Проекты, направленные на развитие патриотизма.

2.7.2 Традиционные ценности и политика памяти. Номинация «Память предков и сила потомков». Проекты, направленные на сохранение исторической памяти. Проекты, направленные на содействие и на сохранение

традиционных и семейных ценностей. Проекты, направленные на борьбу с негативным информационным воздействием, фальсификацией истории.

2.7.3 Развитие отечественной экономики и социокультурной среды. Номинация «Не завидуй чужому. Развивай своё». Проекты, направленные на туристическую привлекательность и на развитие туризма. Проекты, направленные на поддержку инноваций, отечественной промышленности, импортзамещение. Проекты, направленные на развитие малых территорий. Проекты, направленные на поддержку творческих инициатив и развитие культурно-образовательной и научной среды.

2.7.4 Экология и защита окружающей среды. Номинация «Береги свою землю». Проекты, направленные на экологическое просвещение; защиту животных, бережное обращение с природой, борьбу с глобальными экологическими и техногенными проблемами современности.

2.7.5 Спорт и здоровый образ жизни. Номинация «Богатырская наша сила». Проекты, направленные на популяризацию спорта и здорового образа жизни.

2.7.6 Борьба с девиантным поведением и стимулирование социально ответственного поведения. Номинация «Общественный патруль». Проекты, направленные на профилактику негативного девиантного поведения и на социализацию молодёжи. Проекты, направленные на борьбу с коррупцией, правовым нигилизмом, опасным вождением и другими формами социально опасного поведения. Проекты, направленные на противодействие идеологии национализма, экстремизма и терроризма. Проекты, направленные на развитие и поддержку добровольчества.

3. Организационно-методическое обеспечение конкурса

3.1 Конкурс проводится по каждому направлению в трех категориях:

3.1.1. «Социальный плакат». Художественное изображение, компьютерный рисунок, фотография (фотографии должны быть авторскими), коллаж, дополненные текстовым лозунгом. Макет наружной социальной рекламы представляются на оптических носителях (CD или DVD) или на облачном сервисе (Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск). Форматы файла: JPEG и EPS в горизонтальном или вертикальном вариантах. Плакаты, созданные в традиционной технике, присылаются на Конкурс в отсканированном варианте с плотностью изображения 1/1 не менее 300 dpi, в формате JPEG. Имя работы (название файла) оформляется строго в соответствии с шаблоном: ФИО_ВУЗ_группа (пример: Петров_Иван_Иванович_ФУ_СОЦ22-6).

3.1.2. «Рекламный видеоролик» представляются на оптических носителях (CD или DVD) или на облачном сервисе (Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск). Форматы файла: avi, mpeg 4; разрешение 1920x1080p, не более 500 МБ; длительность не более 60 сек., звук 16 бит, стерео. Имя работы (название файла) оформляется строго в соответствии с шаблоном: ФИО_ВУЗ_группа (пример: Петров_Иван_Иванович_ФУ_СОЦ22-6).

3.1.3. «Видеоролик для социальных медиа» представляются на оптических носителях (CD или DVD) или на облачном сервисе (Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск). Вертикальная или горизонтальная ориентация с соотношением сторон 9:16 и разрешением 1920x1080p, длительность не более 120 сек., размер файла не более 300 МБ; видео: формат mp4, кодек H.264 (x264), битрейт не ниже 2 МБит/с; звук: 16 бит, стерео, кодек AAC или mp3, частота дискретизации 44100 Гц, битрейт не ниже 192 кбит/с. Имя работы (название файла) оформляется строго в соответствии с шаблоном: ФИО_ВУЗ_группа (пример: Петров_Иван_Иванович_ФУ_СОЦ22-6).

3.2. Конкурс проводится в очно-заочной форме:

- отборочный этап в заочной форме;
- заключительное мероприятие в очной форме.

3.2 Участники могут присылать индивидуальные или коллективные работы (до пяти человек).

3.3 На конкурс представляются работы, выполненные как самостоятельно, так и под руководством научного руководителя.

3.4 Для организационно-методического обеспечения конкурса создаются организационный комитет (далее-оргкомитет) и жюри.

3.5 Председателем оргкомитета конкурса является президент Финансового университета.

3.6 Оргкомитет конкурса:

- устанавливает форму и сроки проведения конкурса;
- разрабатывает регламент проведения конкурса;
- формирует состав жюри конкурса;
- обеспечивает непосредственное проведение конкурса;
- утверждает список победителей и призеров конкурса;
- готовит материалы для освещения организации и проведения конкурса на корпоративном портале Финансового университета;
- осуществляет иные функции в соответствии с настоящим Положением.

3.7 Жюри конкурса:

- оценивает результаты представленных студенческих рекламных проектных работ;
- определяет кандидатуры победителей и призеров конкурса.

3.8 Рабочим языком конкурса является русский язык.

4. Порядок участия в конкурсе и определения победителей и призеров

4.1. В конкурсе на добровольной основе принимают участие студенты, осваивающие образовательные программы бакалавриата и магистратуры российских ВУЗов.

4.2 Участниками могут быть граждане Российской Федерации, иностранные граждане, а также лица без гражданства.

4.3 Плата за участие в конкурсе не взимается.

4.4 Участники конкурса должны пройти процедуру регистрации в установленные сроки в соответствии с Регламентом.

4.5 Победитель, призеры и лауреаты конкурса определяются решением жюри, которое основывается на средней оценке, выставленной экспертами по каждому направлению конкурса. Если оценки экспертов значительно расходятся (более чем на 20 баллов), председатель конкурсной комиссии вправе принять решение о проведении дополнительной оценки работы другими экспертами.

Методика и критерии оценки
студенческих рекламных проектных работ

№ п/п	Критерии оценки	Баллы (максимальная оценка)
1	Соответствие требованиям к социальной рекламе	20
2	Соответствие теме номинации, раскрытие темы	20
3	Новизна и оригинальность идеи проекта	20
4	Качество реализации: цветовое решение, композиция, доходчивость	20
5	Понятность сообщения и мотивирующая сила, креатив, соответствие целевой аудитории	20
Максимальная оценка представляемых проектов		100

4.6 Количество победителей и призеров конкурса определяется оргкомитетом конкурса по представлению жюри.

4.7. Подача и рассмотрение апелляций не предусмотрены.

РЕГЛАМЕНТ

Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы «Золотое сечение»

1. Общие положения

- 1.1 Настоящий Регламент разработан в соответствии с Положением о Всероссийском студенческом конкурсе социальной рекламы «Золотое сечение» (далее – конкурс), регулирует порядок проведения состязания и правила участия.

2. Порядок регистрации участников

- 2.1 Все участники конкурса в обязательном порядке должны пройти процедуру регистрации, заполнить и приложить анкету-заявку участника (приложение к Регламенту) отдельным файлом к выполненной работе и выслать по электронному адресу zolotoesecheniye@inbox.ru в срок до **12 мая 2023 года**.
- 2.2 Участник конкурса несет персональную ответственность за достоверность предоставленных сведений и правильность заполнения анкеты-заявки.

3. Порядок проведения и правила участия в конкурсе

3.1 К участию в конкурсе допускаются студенты, осваивающие образовательные программы бакалавриата и магистратуры российских ВУЗов.

3.2 Для участия в конкурсе необходимо представить самостоятельно выполненный и оформленный с учетом утвержденных требований рекламный проект.

3.3 Проекты принимаются по электронной почте zolotoesecheniye@inbox.ru. Если один автор представляет на конкурс несколько работ, то каждый рекламный проект отправляется отдельным сообщением.

3.4 Конкурс проводится в Финансовом университете в заочной форме.

4. Номинации и награждение победителей, призеров и лауреатов конкурса
Конкурс проводится по следующим направлениям(номинациям):

4.1 Единая страна.

Тематика проектов: Патриотизм и гражданская идентичность. Проекты, направленные на поддержку межкультурного диалога и на межнациональное сотрудничество. Проекты, направленные на развитие гражданской

идентичности, единства российской нации. Проекты, направленные на поддержку армии и ветеранов СВО. Проекты, направленные на развитие патриотизма.

4.2. Память предков и сила потомков.

Тематика проектов: Традиционные ценности и политика памяти. Проекты, направленные на сохранение исторической памяти. Проекты, направленные на содействие и на сохранение традиционных и семейных ценностей. Проекты, направленные на борьбу с негативным информационным воздействием, фальсификацией истории.

4.3 Не завидуй чужому, развивай своё.

Тематика проектов: развитие отечественной экономики и социокультурной среды. Проекты, направленные на туристическую привлекательность и на развитие туризма; Проекты, направленные на поддержку инноваций, отечественной промышленности, импортзамещение. Проекты, направленные на развитие малых территорий. Проекты, направленные на поддержку творческих инициатив и развитие культурно-образовательной и научной среды.

4.4. Береги свою землю.

Тематика проектов: экология и защита окружающей среды. Проекты, направленные на экологическое просвещение; защиту животных, бережное обращение с природой, борьбу с глобальными проблемами современности.

4.5. Богатырская наша сила.

Тематика проектов: спорт и здоровый образ жизни. Проекты, направленные на популяризацию спорта и здорового образа жизни.

4.6. Общественный патруль.

Тематика конкурса: борьба с девиантным поведением и стимулирование социально ответственного поведения. Проекты, направленные на профилактику негативного девиантного поведения и на социализацию молодёжи. Проекты, направленные на борьбу с коррупцией, правовым нигилизмом, опасным вождением и другими формами социально опасного поведения. Проекты, направленные на противодействие идеологии национализма, экстремизма и терроризма. Проекты, направленные на развитие и поддержку добровольчества.

4.7. В рамках одного направления (номинации) конкурса определяются победитель, призеры и лауреаты конкурса.

4.8. Конкурсная работа, занявшая первое место, признается победителем конкурса (по каждой номинации конкурса определяется не более одного победителя в каждой категории).

4.9. Проекты, занявшие второе и третье места, признаются призерами конкурса (по каждому направлению каждой номинации конкурса определяется не более двух призеров, занявших второе место и третье место в каждой категории).

4.10. Помимо победителей и призеров конкурса определяются лауреаты конкурса (по каждому направлению конкурса определяется не более трех лауреатов в каждой категории). Места работам лауреатов не присуждаются.

4.11. Подведение итогов и награждение победителей, призеров и лауреатов конкурса, их научных руководителей проводится в форме торжественного награждения.

Торжественное награждение организуется в течение 10 рабочих дней со дня утверждения итогового протокола. Результаты конкурса с указанием имен победителей, призеров и лауреатов размещаются на официальной странице факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета.

4.12. Победители, призеры и лауреаты конкурса в каждом направлении конкурса награждаются:

- I место - дипломом I степени;
- II место - дипломом II степени;
- III место - дипломом III степени;
- Лауреат - дипломом Лауреата.

5. Порядок проведения конкурса

5.1 Конкурс проходит в два этапа:

1-й этап конкурса (10.04.2023 – 20.05.2023) – регистрация участников, прием и отбор конкурсных работ (заочный этап);

2-й этап конкурса (22.05.2023 – 02.06.2023) - презентация и защита студенческих рекламных проектов, подведение итогов, награждение победителей.

5.2 Жюри вправе вносить предложения и замечания по оформлению и содержанию работ.

6. Требования к оформлению и содержанию рекламных проектов

6.1 Рекламный проект должен содержать творческую концепцию.

6.2 Рекламный проект должен иметь практическую и просветительскую значимость.

6.3 Конкурсные работы представляются на электронную почту zolotoesecheniye@inbox.ru с указанием номинации (тематики, направления) и категории в следующем формате:

6.3.1. «Макет наружной социальной рекламы» представляются на оптических носителях (CD или DVD) или на облачном сервисе (Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск). Форматы файла: JPG, разрешение 1920x1080p (формат 16x9), не более 20 МБ.

6.3.2. «Рекламный видеоролик» представляются на оптических носителях (CD или DVD) или на облачном сервисе (Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск). Форматы файла: avi, mpeg 4; разрешение 1920x1080p, не более 500 МБ; длительность не более 60 сек., звук 16 бит, стерео.

6.3.3. «Видеоролик для социальных сетей» представляются на оптических носителях (CD или DVD) или на облачном сервисе (Яндекс.Диск,

Облако Mail.ru, СберДиск). Вертикальная или горизонтальная ориентация с соотношением сторон 9:16 и разрешением 1920x1080p, длительность не более 120 сек., размер файла не более 300 МБ; видео: формат mp4.

6.4. Отдельно авторы проектных работ присылают оформленную анкету-заявку и пояснительную записку в соответствии с Приложением к настоящему Регламенту. В пояснительной записке указывается тематика, проблемная ситуация, цель, основная идея, целевая аудитория проекта.

6.5. Презентация по теме работы выполняется в программе MS Microsoft Power Point и может содержать видео, аудио материал. Длительность выступления - 7 минут.

6.6. Рабочим языком проведения конкурса является русский язык.

6.7. В конкурсных проектах запрещается содержание, разжигающее расовую, межнациональную или религиозную рознь, нарушающее законы Российской Федерации и носящее антисоциальный характер

7. Юридические вопросы и интеллектуальная собственность.

7.1. Подача заявки на участие в конкурсе означает полное согласие участника с настоящим положением и регламентом.

7.2. Отправляя заявку в Оргкомитет конкурса, участник тем самым дает согласие на обработку его персональных данных в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных». Оргкомитет конкурса осуществляет обработку персональных данных участника и выступает в качестве Оператора.

7.3. Подача заявки на участие в конкурсе означает заключение между участником и организатором Конкурса лицензионного договора, согласно которому участник Конкурса (лицензиар) безвозмездно предоставляет организатору Конкурса (лицензиату) право использовать визуальное и аудиовизуальное произведение — видеоролик, представленный для участия в конкурсе, фотография, представленная для участия в конкурсной программе, следующими способами:

- воспроизведение присланного продукта в целях проведения Конкурса;
- распространение присланного продукта в целях проведения Конкурса;
- публичный показ присланного продукта в целях проведения Конкурса;
- использование присланного продукта, кадров, слайдов и иных фрагментов присланного продукта продолжительностью не более 2-х минут для публикаций в СМИ и сети Интернет в целях проведения Конкурса.

7.4. Право использование присланного продукта указанными способами передается на условиях простой (неисключительной) лицензии на период проведения Конкурса и в отношении территории Российской Федерации, а также в сети Интернет.

7.5. Организатор Конкурса вправе выдавать сублицензии третьим лицам без получения дополнительного письменного одобрения со стороны участника Конкурса при условии соблюдения положений настоящего регламента.

7.6. Подача заявки на участие в конкурсе означает заверение участника Конкурса о том, что он является правообладателем изображений (видеоролик, фотография, либо имеет все необходимые разрешения от правообладателей), участвующих в программе Конкурса, для их использования в рамках Конкурса. Участник Конкурса гарантирует в случае каких-либо претензий от третьих лиц относительно нарушения каких-либо интеллектуальных прав самостоятельно и за свой счет урегулировать такие претензии.

8. Порядок определения победителей и призеров конкурса

8.1 На основе консолидированного мнения жюри определяются призеры, победители и лауреаты конкурса. Решением жюри основывается на средней оценке, выставленной экспертами по каждому направлению конкурса. Если оценки экспертов значительно расходятся (более чем на 20 баллов), председатель конкурсной комиссии вправе принять решение о проведении дополнительной оценки научной работы другими экспертами

8.2. Решение жюри оформляется протоколом с указанием направлений и категорий конкурса - авторов лучших работ с заключением и рекомендациями по награждению дипломами.

8.3. Работа, по мнению эксперта, не соответствующая направлению конкурса, в двухдневный срок передается председателю конкурсной комиссии для принятия решения о снятии ее с конкурса. Решение о снятии работы с конкурса закрепляется протоколом заседания конкурсной комиссии с указанием обоснования принятого решения

8.4. Список победителей и призеров конкурса публикуется на официальном сайте Факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета в срок **до 31 мая 2023 года**

9. Режим конфиденциальности

9.1 Члены оргкомитета, имеющие доступ к конфиденциальной информации, несут персональную ответственность за нарушение конфиденциальности информации и несоблюдение необходимых мер предосторожности

Анкета-заявка

Фамилия:	Имя:
Отчество:	Дата рождения:
ВУЗ, Факультет и номер учебной группы:	
Фамилия: <i>(при наличии соавторов)</i>	Имя:
Отчество:	Дата рождения:
ВУЗ, Факультет и номер учебной группы:	
Фамилия: <i>(при наличии соавторов)</i>	Имя:
Отчество:	Дата рождения:
ВУЗ, Факультет и номер учебной группы:	
ВУЗ, ФИО, научная степень, научное звание научного руководителя проекта (полностью)	
Телефон:	
Адрес электронной почты:	
Название проекта:	
Направление (тематика)	
Категория проекта (плакат, рекламный ролик, видеоролик)	
Пояснительная записка Имеется/отсутствует	
Презентация проекта Имеется/отсутствует	
Подпись	

СОСТАВ

жюри Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы «Золотое сечение»

Председатель жюри – Шатилов А.Б., декан Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Члены жюри:

Юдельсон А. В., зам. директора по связям и коммуникациям АО «СУЭК»;

Григорьев Э.В., старший аналитик департамента по связям с государственными органами ООО «ГПМ РТВ» (Газпром-Медиа Развлекательное Телевидение);

Кузнецова Ю.М., доцент Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, Директор по стратегическому партнерству и коммуникациям Национальной ассоциации организаторов мероприятий,

Малинин Игорь Ильич, старший преподаватель Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса. Основатель рекламного холдинга «The Business Pill».

Каминская Т.Л., профессор Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса;

Молодцов И.Н., руководитель Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса;

Бестаева Е.В. заместитель декана по воспитательной работе Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Золотарева К.Г., заместитель декана по науке Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Полевая М.В., руководитель Департамента психологии и развития человеческого капитала;

Симонов К.В., руководитель Департамента политологии;