

# **ПОЛОЖЕНИЕ**

## **О проведении IV-го Международного студенческого фестиваля рекламы «GLASS»**

### **1. Общие положения**

1.1. Настоящее Положение определяет порядок проведения IV-го Международного студенческого фестиваля рекламы «GLASS» (далее – Фестиваль), критерии отбора конкурсных работ участников Фестиваля, условия участия в Фестивале и его финансирование.

1.2. Организатором фестиваля является: Департамент маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина.

1.3. Соорганизаторами Фестиваля могут выступать физические и юридические лица, оказывающие непосредственное содействие и поддержку в организации и проведении Фестиваля.

1.4. Фестиваль имеет свой фирменный стиль: символику, цвет, гимн.

### **2. Цели Фестиваля**

Формирование активной гражданской позиции студентов, направленной на совершенствование общественных отношений и укрепление общественной морали, развитие творческих способностей будущих рекламистов, поиск оригинальных решений в разработке рекламного продукта, создание лучших образцов рекламы и проведение рекламных кампаний на территории России.

### **3. Задачи Фестиваля**

- вовлечь в конкурсные мероприятия студентов, обучающихся в вузах, средних специальных учебных заведениях (далее – ссузах), в процесс творчества и поиска нестандартных решений создания рекламного продукта;

- повысить уровень общественной значимости социальной рекламы:

- сформировать комплекс наглядных практических материалов в форме образцов, способных оказать существенное воздействие на формирование позитивного общественного мнения:

- привлечение к Фестивалю внимания широкой общественности, СМИ и профессионалов в сфере деловых коммуникаций.

### **4. В рамках Фестиваля объявляются Конкурсы:**

#### **4.1. Конкурс Социальной рекламы. Номинации:**

- TV- реклама
- Радиореклама
- Графическая (печатная) реклама
- Нестандартная реклама
- Реклама в Интернет
- Рекламная фотография
- Фирменный стиль (Айдентика)

#### **4.2. Конкурс товарной рекламы. Номинации:**

- TV- реклама
- Радиореклама
- Графическая (печатная) реклама

- Нестандартная реклама
- Реклама в Интернет
- Рекламная фотография
- Фирменный стиль

#### **4.3. Специальный конкурс.**

Специальные конкурсы или номинации могут быть объявлены спонсорами и соорганизаторами Фестиваля.

### **5. Порядок и сроки проведения Фестиваля**

5.1. **1 этап** – информирование российских вузов, ссузов о проведении Фестиваля, прием заявок на участие в Фестивале и конкурсных работ – **до 1 апреля 2013 г.**

5.2. **2 этап** - предварительный отбор конкурсных работ в соответствии с требованиями Положения. Индивидуальная оценка конкурсных работ членами Жюри в соответствующих номинациях. Составление рейтинга работ и short-листа Фестиваля – **до 7 апреля 2013 г.**

5.3. **3 этап** - церемония награждения победителей и участников Фестиваля, выставка и демонстрация лучших работ, мастер-классы, дискуссии по проблемам рекламы – **10-11 апреля 2013 г.**

### **6. Условия участия в Фестивале**

6.1. Конкурсные работы должны быть представлены на русском языке.

6.2. Участие в Конкурсе является бесплатным.

6.3. Участниками Фестиваля могут стать студенты вузов, ссузов РФ, ближнего и дальнего зарубежья.

6.4. На каждую работу заполняется заявка на участие в Конкурсе на сайтах [www.uralbrand.ru](http://www.uralbrand.ru), [glass.uralbrand.ru](http://glass.uralbrand.ru) в разделе, посвященном Фестивалю. В заявке указывается ФИО Участника, дата рождения, название учебного заведения, факультета, контактный телефон, e-mail, название работы, заявленная номинация и наименование конкурса.

6.5. Участник Конкурса может подать на рассмотрение не более трех работ в одной номинации.

6.6. Серия работ одного Участника на единую тему в рамках заявленных номинаций рассматривается как одна работа.

6.7. Работы принимаются Оргкомитетом Фестиваля по электронному адресу [festival-urgu@mail.ru](mailto:festival-urgu@mail.ru). Возможно использование файловых обменников. В этом случае на указанный электронный адрес Участник отправляет ссылку для загрузки файла, содержащего его конкурсную работу. Конкурсные работы должны быть отправлены не позднее 23 часов 59 минут (по московскому времени) **1 апреля 2013 года**. В тексте письма необходимо указать ФИО Участника и название работы.

6.8. Организаторы Фестиваля оставляют за собой право использовать конкурсные работы в некоммерческих целях (репродуцировать работы в целях рекламы Фестиваля, в методических и информационных изданиях, каталогах; для трансляции по телевидению и радио, а также для размещения на других рекламных площадях и носителях, использовать в учебных целях) в случаях и порядке, предусмотренном законодательством РФ об авторском праве.

6.9. В случае предъявления требований, претензий и исков третьих лиц, в том числе правообладателей авторских и смежных прав на представленную работу, участник обязуется разрешать их от своего имени и за свой счет.

6.10. Поданные на конкурс работы не рецензируются и не возвращаются.

6.11. Подача заявки и представление работ на конкурс означает, что участник принимает все условия конкурса и согласен с условиями организации и проведения Фестиваля.

## 7. Требования к работам

7.1. Представленные на **Конкурс социальной рекламы** работы не должны содержать:

- имен авторов, адресов и телефонов, информацию о спонсорах, имен политических деятелей и лидеров, имен духовных лидеров и религиозных движений, религиозной символики, целостных религиозных текстов, песнопений и ритуалов;
- названий и упоминаний логотипов, брендов товарной рекламы;
- любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов; высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;
- изображений порнографии, нацистской символики, насилия, дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных;
- текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на свершение полового акта или насилия, а также любой формы проявления ощущения и переживания страха, стресса или агонии;
- информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы, несущей какую - либо форму протеста, критики или негативного восприятия человеческого общества.

7.2. Представленные на **Конкурс товарной рекламы** работы не должны содержать:

- изображений порнографии, нацистской символики, насилия, дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных;
- информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы, несущей какую - либо форму протеста, критики или негативного восприятия человеческого общества.
- любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов; высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;

7.3. Технические требования к работам.

- **TV – реклама:** работы принимаются только в формате AVI, длительность ролика до 60 секунд.
- **Радиореклама:** работы принимаются в формате MP3, Битрейт от 32 Кбит/сек., максимальный хронометраж 90 сек..
- **Графическая (печатная) реклама:** работы принимаются в формате TIFF или JPG, цветовая система CMYK, разрешение от 300 до 600 dpi.
- **Нестандартная реклама:** работы принимаются в электронной версии размером А4, в формате JPEG или TIFF с разрешением 150-300 pixels/inch(точек/дюйм).
- **Реклама в Интернет:** работы принимаются в электронной версии или указывается Интернет-адрес сайта.
- **Рекламная фотография:** работы принимаются в электронной версии размером А4, в формате JPEG или TIFF с разрешением 150-300 pixels/inch(точек/дюйм).
- **Фирменный стиль (Айдентика):** работы принимаются в электронной версии размером А4, в формате JPEG или TIFF с разрешением 150-300 pixels/inch(точек/дюйм).

7.4. Работы, не соответствующие требованиям, не будут допущены к участию в конкурсной программе Фестиваля, однако могут быть продемонстрированы в рамках Фестиваля вне конкурса по решению Оргкомитета.

## 8. Критерии отбора конкурсных материалов

- 8.1. **Оригинальность идеи**, доступность понимания и восприятия основной идеи работы;
- 8.2. **Качество исполнения**, использование в работе современных технологий создания рекламы;
- 8.3. В социальной рекламе преимуществом обладают работы, не только заостряющие внимание на проблеме, но и предлагающие ее **практическое решение**.

## 9. Оргкомитет Фестиваля

- 9.1. Руководство Фестивалем осуществляет Организационный комитет (далее Оргкомитет).
- 9.2. Состав Оргкомитета формируется из числа представителей организаторов и соорганизаторов Фестиваля.
- 9.3. Оргкомитет определяет порядок и время проведения этапов Фестиваля, утверждает программу мероприятий, состав Жюри, смету расходов на проведение Фестиваля, обеспечивает информационную и рекламную поддержку.
- 9.4. Оргкомитет Фестиваля руководствуется настоящим Положением и действующим законодательством.

## 10. Подведение итогов Фестиваля

### 10.1. Жюри Фестиваля

#### 10.1.1. Принципы работы:

- Жюри осуществляет работу на принципах добровольного участия, большинством голосов определяя победителей конкурса в каждой номинации;
- решение Жюри пересмотру не подлежит;
- численный и именной состав Жюри формируется Оргкомитетом Фестиваля.

10.1.2. Состав Жюри формируется из компетентных специалистов и публикуется на сайте [www.uralbrand.ru](http://www.uralbrand.ru), [glass.uralbrand.ru](http://glass.uralbrand.ru) в разделе, посвященном Фестивалю.

10.1.3. Жюри оставляет за собой право не присуждать участникам Фестиваля призовых мест в случае низкого качества представленных работ либо в случае отсутствия конкуренции в номинации (представлено менее 3 работ).

### 10.2. Первый этап работы Жюри.

10.2.1. На первом этапе присланные на Фестиваль работы, соответствующие формальным требованиям, кодируются по установленным правилам и передаются членам Жюри.

10.2.2. Жюри оценивает каждую творческую работу согласно критериям настоящего Фестиваля по пятибалльной системе.

10.2.3. В результате обработки бланков оценки определяется рейтинг присланных работ.

10.2.4. Лучшие работы, согласно рейтингу, попадают в short-лист Фестиваля.

### 10.3. Второй этап работы Жюри.

10.3.1. На втором этапе члены Жюри определяют победителей в каждом конкурсе и по каждой номинации, а также Гран-при Фестиваля из числа победителей.

### 10.4. Награждение победителей.

10.4.1. В каждом конкурсе по каждой номинации определяется один победитель.

10.4.2. Из числа победителей определяется обладатель Гран-при Фестиваля.

10.4.3. Победители конкурсов награждаются Дипломом победителя.

10.4.4. Участники, попавшие в short-лист, награждаются Дипломом финалиста.

10.4.5. Участники, не попавшие в short-лист, получают Диплом участника.

10.4.6. По итогам Фестиваля может быть издан (в электронном виде) каталог, в который войдут лучшие работы конкурсантов.

10.5. Соорганизаторы и спонсоры Фестиваля могут учреждать дополнительные призы для поощрения отличившихся участников.

## **11. Финансирование Фестиваля**

11.1 Финансирование Фестиваля осуществляется за счет средств Института государственного управления и предпринимательства УрФУ, спонсоров и соорганизаторов.