

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБНОУ



Д. С. Ковалев

202__ г.

Регламент

**I ежегодного открытого конкурса
социальной рекламы «ПроблемЫ»
в 2020/21 учебном году**

Санкт-Петербург

2020

Согласование:

Заместитель директора по
учебно-воспитательной работе



Э. Н. Колесников

Заведующая отделом организации
воспитательной и массовой работы



Н. В. Андреева

1. Общие положения

1.1. Настоящий Регламент составлен в соответствии с Положением о проведении ежегодного открытого конкурса социальной рекламы «ПроблемЫ» (далее – Конкурс).

2. Порядок регистрации участников

2.1. Для участия в Конкурсе необходимо в период с 25 января по 28 февраля 2021 года включительно заполнить форму регистрации по ссылке: <https://vk.cc/bXugjU>. Ссылка на форму регистрации выкладывается в открытом доступе на ресурсах, публикующих информацию о Конкурсе.

2.2. Все участники, корректно заполнившие все поля формы заявки в указанные сроки, допускаются к участию в Конкурсе.

2.3. Законные представители участников Конкурса дают согласие на обработку персональных данных Оргкомитету Конкурса. Согласие на обработку персональных данных необходимо заполнить при подаче заявки.

2.4. В Конкурсе могут принимать участие индивидуальные лица, так и команды, предоставляющие коллективную работу.

2.5. Если работа является коллективной, подается одна заявка от команды. В команде может быть от двух до пяти участников. В форме заявки необходимо указать название команды и список участников.

3. Сроки и место проведения Конкурса

3.1. Конкурс проводится в три этапа:

3.1.1. Подготовительный этап (01 марта – 31 марта 2021 года)

В рамках данного этапа для участников проводятся мероприятия (круглые столы, лекции, семинары, вебинары, форумы и т.п.) с представителями социальных проектов России, а также специалистами сферы PR и рекламы.

3.1.2. Отборочный этап (01 апреля – 30 апреля 2021 года)

На данном этапе проводится прием конкурсных работ по всем номинациям.

3.1.3. Экспертный этап (01 мая – 15 мая 2021 года)

В рамках данного этапа члены жюри оценивают работы по всем номинациям и определяют победителей.

3.2. Материалы конкурсных работ высылаются на адрес электронной почты: org-mass@adtspb.ru.

4. Темы Конкурса

4.1. На конкурс могут быть предоставлены работы по следующим темам:

4.1.1. Здоровый образ жизни – в рамках темы принимаются работы, в которых говорится о важности здорового образа жизни, правильного питания, соблюдении гигиены и т.д.

4.1.2. Безопасность вокруг нас - в рамках темы принимаются работы, в которых говорится о важности соблюдения правил безопасного поведения в жизни (на улице, на дороге, дома, в школе и т.д.).

4.1.3. Животные - в рамках темы принимаются работы, в которых говорится о необходимости понимания ответственности при уходе за домашними животными, о защите прав животных и т.д.

4.1.4. Помощь людям - в рамках темы принимаются работы, в которых говорится о важности благотворительности, о внимательном отношении к старшему поколению, о проблемах людей вокруг и т.д.

4.1.5. Экология - в рамках темы принимаются работы, в которых говорится о необходимости беречь природу, внимательно относится к животным, не мусорить и т.д.

4.1.6. Взаимоотношения - в рамках темы принимаются работы, в которых говорится о том, что нужно принимать людей такими, какие они есть, работы, в которых освещаются проблемы буллинга в подростковом возрасте и т.д.

4.2. Участник может выбрать одну или несколько тем.

5. Номинации Конкурса

5.1. Основные номинации:

- визуальная реклама;
- видеореклама, социальный видеорепортаж;
- социальная фотография, социальный фотопортаж;

- пост в личном блоге;
- социальная PR-акция или рекламная кампания.

5.2. Специальные номинации:

- Гран-при конкурса;
- Интернет-инфлюенсер;
- Специальные номинации от партнеров конкурса.

5.3. Участники могут выполнить конкурсные работы по нескольким основным номинациям (не более трех). В одной номинации может быть отправлена только одна работа от одного участника.

6. Требования к работам

6.1. В основных номинациях работы должны соответствовать следующим требованиям:

Визуальная реклама (плакаты, проспекты, рекламные щиты, баннеры, брандмауэры, стойки, объемные буквы и знаки, информационные стенды, листовки, модули, графические изображения). На Конкурс принимаются оригиналы работ в натуральную величину, либо дизайн – макеты в формате jpg, размер изображения от 2 Mb до 5 Mb.

Видеореклама (телереклама, видеоролики, социальный видеорепортаж). К Конкурсу допускаются видеоролики с хронометражем не более трех минут. ТВ-работы принимаются в формате .avi, .mpg, .mov, с разрешением не менее 1920*1080, в горизонтальном положении, звук Stereo. **Социальный видеорепортаж** – видеоматериалы с реальных событий, освещающие социальную проблему. К Конкурсу допускаются видеоролики с хронометражем не более пяти минут. Работы принимаются в формате .avi, .mpg, .mov, с разрешением не менее 1920*1080, в горизонтальном положении, звук Stereo.

Социальная фотография/ социальный фотопортаж – фотоматериалы, отражающие социальную проблему, предлагающие пути ее решения, а также превозносящие созидательный образ жизни, мотивирующие на здоровый образ жизни, любовь к ближнему, к труду, к Родине, к природе. На Конкурс принимаются оригиналы

работ в натуральную величину, либо файлы в формате jpg / png, размер изображения от 2 Mb до 5 Mb. Не допускается размещение на готовых снимках поясняющих текстов и иной дополнительной информации. Фотографии должны самостоятельно нести социальную идею. Допускается ретуширование и обработка фотографий, с использованием различных эффектов. Допускается создание постановочных фото.

Пост в личном блоге – информационный материал, раскрывающий социальную проблему и предлагающий пути ее решения. Принимаются в виде screenshot (скриншота) поста в электронном/распечатанном виде, с указанием ссылки на материал. Страница блога участника должна быть открыта для возможности просмотра.

Социальная PR-акция или рекламная кампания – последовательность мероприятий, целью которых является предупреждение, минимизация или решение социальных проблем разной направленности. К участию в Конкурсе допускается работа в формате презентационного файла, может быть разработана в программе PowerPoint или AdobeReader (.PDF).

6.2. Работа не должна содержать элементы, попадающие под защиту закона об авторском праве (рисунок, фотография и др.), а также работу, попадающую в категорию plagiarism.

6.3. Критерии оценки конкурсных работ в Приложении 1 настоящего Регламента.

7. Оргкомитет Конкурса

Председатель:

Колесников Э. Н. — заместитель директора ГБНОУ «Академия цифровых технологий» (далее – Академия) по учебно-воспитательной работе.

Члены Оргкомитета:

1. Андреева Н. В. — заведующая отделом организации воспитательной и массовой работы (далее – ООВиМР) Академии;
2. Гудасова А. В. — педагог-организатор ООВиМР Академии;
3. Копытова Е. П. — педагог-организатор ООВиМР Академии;
4. Шипик И. А. — педагог-организатор ООВиМР Академии;
5. Щербаков В. С. — педагог-организатор ООВиМР Академии;

8. Жюри конкурса

Председатель жюри:

Члены жюри:

9. Подведение итогов:

9.1. Подведение итогов происходит в рамках экспертного этапа. Жюри оценивают работы по каждой номинации. В каждой номинации определяется одна лучшая работа. Авторы лучших работ становятся победителями Конкурса.

9.2. Жюри определяет победителей в каждой возрастной категории.

9.3. Жюри заносит оценки в Протокол (Приложение 2) и формирует рейтинговую таблицу участников. Лучшими признаются работы, набравшие наибольшее количество баллов.

9.4. Все победители получают право для зачисления в проект «Рекламное агентство полного цикла» на базе Академии, награждаются дипломами и призами.

9.5. Оргкомитет оставляет за собой право на присуждение специальных наград и учреждения специальных номинаций.

9.6. Информация о победителях Конкурса размещается на сайте Академии www.adtspb.ru и иных ресурсах, публикующих информацию о Конкурсе, а также в адресной рассылке участникам Конкурса.

9.7. По решению Оргкомитета может быть проведена торжественная церемония награждения победителей (в очном или онлайн-формате).

Приложение 1
к Регламенту о I-м ежегодном открытом
конкурсе социальной рекламы
«ПроблемЫ»

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

<i>№ п/п</i>	<i>Критерий</i>	<i>Оценки</i>	<i>Комментарии</i>
1.	Соответствие требованиям Конкурса (указанным в п.б данного Регламента)	0-5 баллов	0 баллов – работа не соответствует требованиям 1 балл – работа практически не соответствует требованиям 2-3 балла – работа частично соответствует требованиям 4 балла – работа соответствует требованиям, но есть некоторые недочеты 5 баллов – работа полностью соответствует требованиям
2.	Качество реализации	0-5 баллов	0-1 балл - плохое качество реализации 2-3 балла – удовлетворительное качество реализации 4-5 баллов – хорошее качество реализации
3.	Содержательность работы	0-10 баллов	Оценивается смысловая составляющая работы, идея, оригинальность, понятность сообщения. 0-3 балла – работа мало содержательна, непонятна, не оригинальна, идея недостаточно раскрыта/не раскрыта совсем 4-6 баллов – работа недостаточно содержательна, понятна, оригинальна, идея недостаточно раскрыта/не раскрыта совсем 7-10 баллов – работа содержательна, понятна, оригинальна, идея работы интересна
4.	Соответствие тематике Конкурса	0-2 балла	0 баллов – работа не соответствует тематике Конкурса 1 балл – работа частично соответствует тематике Конкурса 2 балла – работа полностью соответствует тематике Конкурса

<i>№ п/п</i>	<i>Критерий</i>	<i>Оценки</i>	<i>Комментарии</i>
5.	Общее впечатление	0-2 балла	Субъективный критерий 0 баллов – работа не интересна 1 балл – работа недостаточно интересна 2 балла – работа интересна

Максимальная оценка – 24 балла.

Приложение 2
*к Регламенту о I-м ежегодном открытом
конкурсе социальной рекламы
«ПроблемЫ»*

Протокол заседания Жюри I-го ежегодного открытого конкурса социальной рекламы «ПроблеМЫ»

Дата: _____

Председатель Жюри:

Состав Жюри:

Итоги конкурса:

Рейтинговая таблица участников:

№	Ф.И.О. участника	Оценка