



Костромской
государственный
университет



ПОЛОЖЕНИЕ о молодежном конкурсе социальной рекламы «ТВОЙ ВЫБОР!»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регламентирует статус и порядок конкурса социальной рекламы (далее - Конкурс), требования к участникам и работам, порядок их предоставления, сроки проведения. Положение действует до завершения конкурсных мероприятий.

1.2. Организатором Конкурса выступает кафедра менеджмента и цифровых технологий бизнеса Института управления экономики и финансов Костромского государственного университета. Конкурс реализуется при поддержке Комитета по делам молодежи Костромской области.

1.3. Под термином «социальная реклама» понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (пункт 11 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»).

1.4. Цель конкурса – привлечь внимание общественности и выразить свое отношение к социальным проблемам современности, создать рекламный продукт для продвижения социальных идей и смыслов, развитие толерантности и эмпатии в молодежной среде.

2. Условия проведения

2.1. В Конкурсе могут принять участие обучающиеся общеобразовательных организаций, образовательных организаций профессионального образования, высшего образования в возрасте от 14 до 25 лет включительно.

2.2. Срок проведения Конкурса: 25 марта 2024 – 31 мая 2024 г.

2.3. Конкурсные работы могут быть выполнены по следующим темам:

«Счастливое детство»

Тема включает в себя вопросы, связанные с профилактикой буллинга, жестокого обращения с детьми, деструктивных взаимоотношений среди молодежи, детской преступности и беспризорности, помощью детским домам, малообеспеченным, многодетным семьям.

«Здоровая нация»

Тема включает в себя вопросы, связанные с формированием культуры здоровья, развитием физического, духовного благополучия молодежи, профилактикой зависимого поведения, способами преодоления вредных привычек, популяризацией здорового образа жизни и активных видов спорта.

«Люблю Россию»

Тема включает в себя вопросы, связанные с воспитанием патриотических чувств, гражданственности, сохранением исторического и культурного наследия, побуждением

молодежи к бережному отношению к природным памятникам и объектам городской среды, профилактикой вандализма и загрязнения окружающей среды.

«Семейные ценности»

Тема включает в себя вопросы, связанные с привитием традиционных семейных ценностей, формированием здоровых семейных отношений, профилактикой семейного насилия, защитой материнства, помощью престарелым, одиноким людям, воспитанием подрастающего поколения в духе милосердия, уважительного отношения к старшему поколению и друг другу.

«Мой четвероногий друг»

Тема включает в себя вопросы, связанные с профилактикой жестокого обращения с животными, уходом и правильным воспитанием питомцев, решением проблемы бездомных животных, помощью приютам.

«Кибербезопасность»

Тема включает в себя вопросы, связанные с формированием сетевого этикета, привитием навыков ответственного и безопасного поведения в современной информационно-телекоммуникационной среде, правовым просвещением молодежи в сфере информационной безопасности.

«Альтруизм»

Тема может включать в себя привлечение внимания к поиску и решению актуальных социальных проблем, не попавших в предыдущие номинации. А также популяризацию идей волонтерства (добровольчества) в подростковой среде.

2.4. Конкурсные работы рассматриваются по следующим номинациям:

- социальный плакат/баннер для наружной рекламы, рекламы в СМИ и социальных сетях;
- социальное фото/коллаж;
- социальный видеоролик (не более 3-х минут);
- подкаст (не более 3-х минут).

2.5. Для участия в Конкурсе необходимо подготовить рекламный материал социального характера по одной или нескольким из установленных организаторами Конкурса темам и в срок до **15 мая 2024 г.** заполнить электронную регистрационную форму по ссылке: <https://forms.gle/Jxgxai9jKE4V9diXA>

Материалы предоставляется в виде ссылки на облачное хранилище с возможностью скачивания.

2.6. К конкурсным материалам относятся изображения (рисунки, фотографии, коллажи, компьютерная графика, фотореклама, содержащие лозунг/иной идейный текст), видеоролики, аудиозаписи, сопровождаемые аннотацией. Не принимаются на Конкурс рисунки и фотографии без слогана, презентации, буклеты.

2.7. Участие в Конкурсе возможно индивидуальное и командное (не более 3-х участников).

На Конкурс можно подать не более 3-х заявок (в разрезе разных тем и номинаций) от одного участника/команды участников.

2.8. Участие в конкурсе бесплатное. Организационный взнос не требуется.

3. Требования к конкурсным работам:

3.1. Макет конкурсного баннера должен содержать ключевое изображение и слоган (или иной авторский текст). Размер плаката - А4 (210 x 297 мм), с качеством 300 dpi в формате JPEG или PDF (название файла – Фамилия и Имя автора).

3.2. Видеоролик в формате MP4 (хронометраж не более 3 минут), с разрешением не ниже 1280x720 и с соотношением сторон 16:9.

3.3. Аудиозапись – аудиоконтент по одной из актуальных социальных проблем в рамках тем Конкурса, предоставляется в виде ссылки на облачное хранилище с возможностью скачивания, в формате MP3 (хронометраж не более 3 минут).

3.4. Каждая конкурсная работа должна сопровождаться аннотацией: описание социальной проблемы, цели рекламной коммуникации, предлагаемые каналы распространения разработанного рекламного продукта, предполагаемый эффект. Объем не более 800 знаков.

3.5. Все заявленные работы не должны противоречить действующему законодательству Российской Федерации и условиям настоящего Положения.

3.6. Конкурсная работа не должна содержать имен авторов, указания адресов и телефонов, информации о спонсорах, имен политических и религиозных лидеров, религиозных движений, политических партий, названий, логотипов, рекламных брендов, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл; изображений интимных сцен, порнографии, всех видов свастики, религиозной символики, насилия, дискриминации, вандализма, крови; информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей, несущей какую-либо форму протеста, критики или негативного восприятия человеческого общества и природы.

3.7. При использовании в работе объектов интеллектуальных прав третьих лиц участник обязан указать автора и представить подтверждение права на использование указанного объекта в своих целях.

3.8. Ответственность за использование чужих текстов, идей, т.е. нарушение каких-либо прав третьих лиц, несет исключительно участник (группа, предоставившая конкурсную работу). В случае предъявления к оргкомитету конкурса претензий касающихся, представленной участником работы, указанные претензии могут быть переадресованы участнику.

3.9. Конкурсные работы, оформленные с нарушением установленных требований или нарушающих законодательство РФ, а также представленные ранее на других конкурсах, к участию не допускаются.

3.10 Представленные на Конкурс материалы не рецензируются и возврату не подлежат.

4. Подведение итогов конкурса

4.1. Представляемая на Конкурс работа, должна отвечать следующим требованиям при создании социальной рекламы (критерии оценивания):

- ✓ Социальная значимость; соответствие конкурсной работы заявленной тематике;
- ✓ Краткость, лаконичность и оригинальность конкурсной работы;
- ✓ Наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и мультипликация;
- ✓ Качество исполнения;
- ✓ Отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений).

4.2. Состав экспертной комиссии Конкурса утверждается Оргкомитетом.

В состав жюри входят:

– ведущие преподаватели и авторитетные специалисты, имеющие собственные разработки и/или научные исследования в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью, а также обширную профессиональную практику;

– представители рекламных и коммерческих структур, органов власти, общественных организаций Костромской области.

4.3. В каждой номинации членами жюри определяются победители и призёры Конкурса.

4.4. Экспертная комиссия конкурса оставляет за собой право не присуждать ни одному из участников звания победителя в номинации, особо отметить отдельные работы

победителей конкурса, а также увеличить или уменьшить количество призовых мест в зависимости от уровня предоставленных к конкурсу работ.

4.5. Итоги Конкурса будут подведены не позднее 31 мая 2024 г. Результаты конкурса будут опубликованы на сайте ФГБОУ ВО «Костромской государственный университет», а также в официальных группах КГУ ВКонтакте и Telegram **1 июня 2024 г.**

4.6. Все конкурсанты получают в электронном виде дипломы и сертификаты участников Конкурса.

5. Контактная информация

Гуляева Мария Константиновна, зав. кафедрой менеджмента и цифровых технологий бизнеса

Тел. +79038973973, e-mail: kaf_market@ksu.edu.ru