

УТВЕРЖДАЮ

Председатель Совета директоров
учреждений профессионального
образования г. Таганрога, к.э.н.
_____ Р.В. Магеррамов

« » _____ 2018 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении областного студенческого конкурса социальной рекламы
«Я гражданин!»

1 Общие положения

1.1 Настоящее положение регламентирует статус и порядок проведения областного студенческого конкурса социальной рекламы «Я гражданин!» (далее – конкурс), требования к участникам, порядок работы организаторов, сроки проведения конкурса и действует до завершения всех конкурсных мероприятий.

1.2 Организатором конкурса является Государственное бюджетное профессиональное учреждение Ростовской области «Таганрогский колледж морского приборостроения».

1.3 Общее руководство конкурсом осуществляет организационный комитет (далее – оргкомитет) в составе:

Полиёв В.В. – председатель оргкомитета, директор ГБПОУ РО «ТКМП»;

Кучеренко Л.В. – тележурналист; корреспондент ТК «Миус-ТВ»;

Тодыка Р.А. – главный редактор газеты «Приазовская степь»;

Рябинская Т.С. – преподаватель экономических дисциплин, педагог-организатор ГБПОУ РО «ТКМП», кандидат социологических наук;

Назарова Т.С. – специалист-консультант по маркетингу и рекламе.

1.4 Соорганизаторами конкурса выступают Министерство образования Ростовской области в системе СПО, Совет директоров учреждений профессионального образования Ростовской области. Конкурс проходит при информационной поддержке редакций газет «Наше время», «Молот», «Таганрогская правда», «Новый таганрогский курьер», «Приазовская степь», а также радио «Дон-ТР» и телеканала «ТНТ-Таганрог» (на согласовании).

1.5 Цели конкурса:

- привлечение внимания молодежи к социально значимым проблемам общества;
- воспитание у молодёжи социальной ответственности и активной гражданской позиции;
- актуализация творческих способностей студентов.

1.6 Задачи конкурса:

- привлечение целевой молодежной аудитории к участию в конкурсе;
- формирование перечня наиболее актуальных социальных проблем глазами молодежи;
- популяризация лучших конкурсных работ посредством СМИ.

1.7 Под «социальной рекламой» 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»).

2 Условия участия в конкурсе

2.1 К участию в конкурсе приглашаются студенты среднего профессионального образования Ростовской области без каких-либо ограничений.

2.2 Участие в конкурсе бесплатное.

2.3 Конкурс проводится по 3-м номинациям:

- социальный плакат;
- социальный видеоролик;
- социальный аудиоролик.

Конкурсная работа в выбранной номинации должна быть выполнена автором (или коллективом авторов числом до 5 человек) на одну из следующих тем:

- «Я гражданин, мой дом – Россия!» (работа предполагает раскрытие патриотической идеи);
- «Я гражданин: уважаю себя - уважаю других!» (о гражданском самоуважении и уважении прав других граждан в различных аспектах деятельности – учебном, трудовом, досуговом и т.д.);
- «Я гражданин и словом, и делом!» (о значимости социально-ответственного поведения – соблюдения правил дорожного движения, норм поведения в общественных местах, поддержания чистоты окружающей среды, пропаганды здорового образа жизни и т.д.);
- «Я гражданин, я знаю закон!» (о важности правовой компетентности в жизни граждан);
- «Я гражданин, и выбор за мной!» (о важности участия в выборах).

2.4 Для участия в конкурсе необходимо подготовить рекламный материал социального характера на выбранную тему в одной из номинаций и отправить его в сопровождении Заявки (образец – в Приложении 1) по следующему электронному адресу: tkmp@tkmp.edu.ru в виде архива RAR или ZIP. Допускается размещение материалов на файлообменных сервисах с отправкой ссылок на них по указанному адресу.

2.5 Количество работ от образовательного учреждения не ограничено.

2.6 Технические требования к работам участников:

Социальный плакат – авторский макет плаката, сопровождаемый слоганом, лозунгом или иным авторским текстом. Для участия в конкурсе следует использовать адаптированные файлы в формате *.jpg, *.gif с минимальными размерами 1920 px по большей стороне. Поскольку лучшие конкурсные работы могут быть опубликованы в печатных СМИ, должны быть соблюдены минимальные технические требования к макетам: макеты 6x3 м - горизонтальные (масштаб 1:1 – 30 dpi или 1:10 - 300 dpi), 1,2x1,8 м - вертикальный макет (масштаб 1:1 – 72 dpi, 1:10 - 720 dpi).

Социальный видеоролик – авторский видеоряд в формате MP4. При отправке видеоролика следует избегать форматов *.vob, *.wmv, разных длин аудио и видео дорожек, нескольких видео и аудиопотоков в одном файле. Хронометраж видеороликов должен быть кратен 15 секундам (15, 30, 45 секунд) и не превышать 60 секунд. Каждый ролик предоставляется с текстовым описанием сценария (отдельный файл в формате *.doc (*.docx)). В начале видеоролика должна быть указана следующая информация: название конкурса, тема, по которой представлена работа, название конкурсной работы.

Социальный аудиоролик - авторская аудиозапись в формате MP3; хронометраж аудиоролика от 2 до 5 минут, сценарий предоставляется в электронном виде отдельным файлом в формате *.doc (*.docx).

2.7 Работы, поданные группой авторов, должны содержать наименование коллектива в описании, в целях дальнейшего использования наименования на различных информационных ресурсах.

2.8 Работы, поданные в формате презентации (Microsoft Power Point), не принимаются.

2.9 Работы, не отвечающие техническим требованиям, оргкомитетом к участию в конкурсе не допускаются.

2.10 Предоставляемая на конкурс работа должна отвечать следующим требованиям при создании социальной рекламы:

- текст рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы, интонация и т.п.;

- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений);

- работа, ее содержание, сюжет, действие сценических лиц и персонажей не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе нормам Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»;

- в случае использования в работе объектов интеллектуальных прав третьих лиц участник обязан указать автора и предоставить подтверждение наличия у участника права использования такого объекта интеллектуальных прав.

2.11 Рекламный материал должен соответствовать тематикам конкурса. Рекламный материал не должен содержать:

- изображений официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия;

- нецензурную (ненормативную) лексику, слова и фразы, унижающие человеческое достоинство, экспрессивные и жаргонные выражения, скрытую рекламу, демонстрацию курения, процесса употребления алкогольных и наркотических средств, других психотропных веществ;

- указания реальных адресов и телефонов, информации о религиозных движениях, в том числе религиозной символики, названий и упоминания о существующих марках товаров, товарных знаках, знаках обслуживания, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных организациях, об органах местного самоуправления, упоминания имен политических деятелей и лидеров, названий политических партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;

- изображений всех видов фашистской атрибутики (свастики), насилия, любого вида дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных, интимных сцен, иной информации, в любой форме унижающей достоинство человека или группы людей, а также информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей. Не допускается использование чужих текстов, идей, видео и аудио материалов (плагиат). В случае несоблюдения данного условия работа отстраняется от участия в конкурсе на любом этапе.

Каждый участник, подавая заявку на участие в конкурсе, гарантирует, что при подготовке и направлении его работы на конкурс, а также при ее публикации и/или распространении в любой форме, не были и не будут нарушены авторские и/или иные смежные права третьих лиц. Ответственность за использование чужих текстов, идей, видео- и аудиоматериалов, нарушение каких-либо прав третьих лиц, а также за ущерб, нанесенный любому лицу, допущенный участником конкурса, несет

исключительно участник (лицо или, солидарно группа лиц, представивших соответствующую работу в рамках конкурса). В случае предъявления к Оргкомитету конкурса каких-либо претензий, касающихся представленной участником работы, указанные претензии могут быть переадресованы участнику. Участник обязан за свой счет снять или удовлетворить все такие претензии. Оргкомитет конкурса имеет право на любом этапе проведения конкурса исключить из конкурса работу, нарушающую права третьих лиц. Если указанные нарушения будут выявлены после подведения итогов конкурса, то работа участника автоматически исключается из числа победителей и финалистов конкурса.

2.12 Оргкомитет конкурса оставляет за собой право не принимать работы на конкурс, если, по их мнению, они не соответствуют указанным в настоящем положении критериям.

2.13 К участию в конкурсе допускаются поданные в срок работы, содержание которых соответствует номинациям конкурса, утвержденным настоящим положением.

2.14 Конкурсные работы, не соответствующие пункту 2 настоящего положения, могут быть не допущены к экспертной оценке.

2.15 Все конкурсные работы, поданные на конкурс, не возвращаются и не рецензируются.

3 Порядок организации и проведения конкурса

Конкурс проводится в заочной форме в два этапа:

3.1 Первый этап – приём конкурсных работ (20 февраля – 10 марта 2018 года). Конкурсные работы принимаются до 23:59 (время московское) 10 марта 2018 года.

3.2 Второй этап – оценка конкурсных работ (10 – 15 марта 2018 года). На данном этапе проводится оценка конкурсных работ членами Жюри, определяются и утверждаются списки финалистов и лауреатов конкурса, размещаемые до 17 марта 2018 года на официальном сайте колледжа tkmp.rf.

4. Порядок работы организаторов конкурса

Главной организационной структурой конкурса являются его оргкомитет. Соорганизаторы конкурса оказывают информационную и организационную поддержку в проведении конкурса. Регламент работы Жюри указан в п. 5 настоящего положения.

4.1 Оргкомитет конкурса является высшим коллегиальным органом по его проведению. Возглавляет Оргкомитет конкурса его председатель - директор ГБПОУ РО «ТКМП» - В.В.Полиёв. Состав остальных членов оргкомитета утверждается председателем за 30 календарных дней до начала конкурса.

Оргкомитет конкурса:

- определяет общие положения и условия проведения конкурса, в том числе утверждает номинации и темы конкурса;
- утверждает порядок организации и проведения этапов конкурса;
- утверждает локальные нормативные акты по подготовке и проведению конкурса;
- осуществляет другие виды деятельности, связанные с подготовкой и проведением конкурса;
- имеет право вносить изменения в настоящее положение и локальные нормативные акты в связи с изменением условий проведения конкурса, либо по обстоятельствам, не зависящим от воли сторон. Оргкомитет конкурса самостоятельно определяет порядок организации своей работы в соответствии с настоящим положением.

4.2 Информирование и оповещение молодежи о конкурсе и условиях его проведения должно проводиться посредством:

- размещения информации (анонсы, статьи, пресс-релизы, пост-релизы, текстовая информация) о конкурсе на сайтах образовательных организаций, в социальных сетях, посвященных студенчеству, молодежным инициативам, искусству, рекламе, общественной деятельности, а также на общих информационных порталах;
- рассылки информационных писем с приложением к ним Положения о конкурсе, в адрес образовательных организаций.

5 Состав Жюри и формы поощрения участников Конкурса

5.1 В состав Жюри входят члены оргкомитета конкурса.

5.2 Жюри осуществляет оценку конкурсных работ в соответствии с критериями (Приложение 2), составляет протокол об итогах проведения конкурса, формирует списки финалистов и лауреатов конкурса.

5.3 Баллы, выставленные участникам за представленные работы, ранжируются по убыванию, после чего из ранжированного перечня результатов определяются 3 лучших результата.

5.4 Участники, показавшие первый-третий результат, становятся лауреатами конкурса и награждаются дипломами.

5.5 Лауреаты конкурса определяются по каждой из конкурсных номинаций.

5.6 Преподаватели, подготовившие лауреатов и участников конкурса, награждаются благодарственными письмами.

5.7 Итоги конкурса будут размещены на официальном сайте конкурса колледжа ткмп.рф. Срок размещения итогов конкурса – до 17 марта 2018 года.

6 Использование конкурсных работ

6.1 Работы победителей и финалистов конкурса получают организационную, информационную поддержку, рекомендуются для практической реализации и могут быть использованы в целях:

- размещения в региональных СМИ (телевидение, радио, печатная пресса, Интернет и др.);
- размещения на официальном сайте колледжа;
- использования в учебных целях, а также в методических и информационных изданиях.

6.2 Из числа работ лауреатов и финалистов формируется электронный каталог конкурса.

7 Контактная информация

Адрес: ГБПОУ РО «ТКМП»; 347900, Ростовская область, г. Таганрог, пер. Мечниковский, 5.

Телефоны для справок: (8634)38-34-68 , 8-928-908-26-03

E-mail: tkmp@tkmp.edu.ru

Заявка

на участие в областном студенческом конкурсе социальной рекламы

«Я гражданин!»

(указывается полное и точное наименование учреждения профессионального образования)

№ п/п	Ф.И.О студента	Код и наименование профессии, специальности	Курс	Ф.И.О (полностью), должность преподавателя, подготовившего студента (студентов) к участию в конкурсе
1				
2				
3				
4				

Экспертный лист оценивания конкурсной работы

Критерий оценивания	Оценка (от 1 до 5 баллов)
1. Аргументированность и глубина раскрытия выбранной темы	
2. Предполагаемая эффективность воздействия на аудиторию	
3. Позитивность и креативность (новизна идеи, оригинальность) конкурсной работы	
4. Качество рекламного продукта (соответствие техническим требованиям)	
5. Грамотность, точность и доходчивость языка, стиля изложения	