

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**о IV фестивале студенческой рекламы**  
**и медиакоммуникаций Поволжья**  
**«Вятка-креатив»,**  
**посвященный 80-летию Кировской области,**  
**в рамках проекта «Киров – культурная столица: перезагрузка»**

**Вятский государственный университет**  
**(08–09.12.2016)**

**1. Общие положения**

- 1.1.** IV Фестиваль студенческой рекламы и медиакоммуникаций Поволжья «Вятка-креатив» продолжает традицию проектов, инициированных программой «Культурная столица Поволжья» (первый фестиваль состоялся в 2005 году). Проводится в целях стимулирования творческой инициативы студентов средних, высших учебных заведений и учреждений дополнительного образования в сфере медиа и рекламы; выработки практических навыков создания рекламного и медиапродукта; воспитания чувства патриотизма, профессиональной и гражданской ответственности, что отвечает основным задачам стратегии развития региона в год 80-летия со дня основания Кировской области. В рамках фестиваля решается целый ряд учебно-творческих и организационно-практических задач по закреплению компетенций в рамках профессиональных образовательных программ по рекламе и связям с общественностью, журналистике, маркетингу, дизайну и смежным направлениям социально-гуманитарного цикла.
- 1.2.** Организатором Фестиваля является ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет».
- 1.3.** Фестиваль реализуется как комплекс мероприятий, представленных конкурсами, мастер-классами, практикумами, лекциями, семинарами.
- 1.4.** Участниками конкурсов могут быть студенты (бакалавры и магистранты) средних, высших учебных заведений и учреждений дополнительного образования.

**2. Конкурсы и номинации фестиваля**

В рамках Фестиваля участникам творческих конкурсов предлагаются следующие темы:

**«80 – 43-му!»**

**«Киров – лучший!»**

**«Всем миром восстановим Спасский собор»**

**«Счастье можно родить»**

**«Твой университет»**

**«Проще, чем кажется»**

**«Железный сарафан»**

**«Город\_Reka»**

### 3. Тематические брифы

#### **Бриф на тему «80 – 43-му!»**

##### **Цель:**

создание рекламно-информационного продукта о роли, истории и месте в экономике и культуре России Кировской области, которой в 2016 году исполняется 80 лет, ее лучших представителей и достижениях.

##### **Задача конкурсной работы:**

повысить узнаваемость Кировской области, дать импульс к позитивному раскрытию образа региона.

##### **Форматы конкурсных работ:**

- имиджевый или информационный видеоролик, предназначенный для трансляции по телевидению или в сети Интернет;
- вирусный ролик, предназначенный для трансляции в сети Интернет;
- журналистский материал (видео / аудио / текст), выполненный в любом жанре (новость, репортаж, интервью, очерк, кейс-стори и др.);
- художественная или рекламная фотография;
- наружная реклама любого формата;
- инструмент интернет-продвижения: сайт / группа в социальной сети / баннер / текст / другое;
- научно-исследовательский проект

##### **Процедура оценки и призы:**

Работа-победитель определяется решением профессионального жюри по критериям, предъявляемым к работам выбранного формата.

Авторы лучшей работы получают приз Правительства Кировской области.

#### **Бриф на тему «Киров – лучший!»**

##### **Цель:**

создание рекламно-информационного продукта об интересном (на взгляд автора) факте или событии из жизни города Кирова и горожан в его прошлом и настоящем с целью создания имиджа Кирова к 2022-му году как лучшего города России.

##### **Задача конкурсной работы:**

дать позитивный образ города Кирова и дальнейший импульс к его развитию.

##### **Форматы конкурсных работ:**

- имиджевый или информационный видеоролик, предназначенный для трансляции по телевидению или в сети Интернет;
- вирусный ролик, предназначенный для трансляции в сети Интернет;
- журналистский материал (видео / аудио / текст), выполненный в любом жанре (новость, репортаж, интервью, очерк, кейс-стори и др.);
- художественная или рекламная фотография;
- наружная реклама любого формата;

- инструмент интернет-продвижения: сайт / группа в социальной сети / баннер / текст / другое;
- научно-исследовательский проект.

#### **Процедура оценки и призы:**

Работа-победитель определяется решением профессионального жюри по критериям, предъявляемым к работам выбранного формата.

Авторы лучшей работы получают приз Администрации города Кирова, сообщества неравнодушных граждан «Мой Киров – лучший город России».

#### **Бриф на тему «Всем миром восстановим Спасский собор»**

**Цель:** продвижение идеи восстановления Спасского собора г. Кирова.

**Задача** проекта – увеличить число пожертвований на восстановление Спасского собора. Целевая аудитория – жители города Кирова и Кировской области.

#### **Форматы конкурсных работ:**

- информационный видеоролик, предназначенный для трансляции по телевидению или в сети Интернет;
- вирусный ролик, предназначенный для трансляции в сети Интернет;
- художественная или рекламная фотография;
- наружная реклама любого формата;
- инструмент интернет-продвижения: сайт / группа в социальной сети / баннер / текст / другое;
- журналистский материал (видео / аудио / текст), выполненный в любом жанре (новость, репортаж, интервью, очерк, кейс-стори и др.);
- социальный PR-проект;
- научно-исследовательский проект.

#### **Призы:**

Победитель определяется решением профессионального жюри по критериям оценки качества предоставляемой заявки и ее эффективности. Приз победителю – планшет.

#### **Консультирование по конкурсной теме «Всем миром восстановим Спасский собор»:** (8332) 383-455, 383-489, 383-491

Сотовый: 49-18-79 Оксана Тиц (Маркетинговое агентство полного цикла «Tom Garret Creative Group»)

e-mail: [tg@tomgarret.ru](mailto:tg@tomgarret.ru)

#### **Бриф на тему «Счастье можно родить»**

##### **Цель:**

создание рекламно-информационного продукта, пропагандирующего семейные ценности и благоприятные условия для развития демографического потенциала региона и страны.

##### **Задача конкурсной работы:**

повышение роли традиционных ценностей посредством популяризации института семьи.

**Форматы конкурсных работ:**

- имиджевый или информационный видеоролик, предназначенный для трансляции по телевидению или в сети Интернет;
- вирусный ролик, предназначенный для трансляции в сети Интернет;
- журналистский материал (видео / аудио / текст), выполненный в любом жанре (новость, репортаж, интервью, очерк, кейс-стори и др.);
- художественная или рекламная фотография;
- наружная реклама любого формата;
- инструмент интернет-продвижения: сайт / группа в социальной сети / баннер / текст / другое;
- научно-исследовательский проект.

**Процедура оценки и призы:**

Работа-победитель определяется решением профессионального жюри по критериям, предъявляемым к работам выбранного формата.

Авторы лучшей работы получают приз от «Центра демографии, репродуктивистике и изучения вопросов семьи» ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет».

**Бриф на тему «ТВой университет»**

**Цель:**

создание рекламно-информационного продукта о своем университете, его направлениях обучения, мероприятиях, внеучебной деятельности, студенческой жизни, инфраструктуре и пр.

**Задача конкурсной работы:**

увеличить узнаваемость вуза или отдельного подразделения, укрепить имидж университета как крупного центра учебной, научной, студенческой жизни, привлечь интерес к вузу со стороны внешней и внутренней аудитории (в том числе абитуриентов).

**Форматы конкурсных работ:**

- имиджевый или информационный видеоролик, предназначенный для трансляции по телевидению или в сети Интернет;
- вирусный ролик, предназначенный для трансляции в сети Интернет;
- журналистский материал (видео / аудио / текст), выполненный в любом жанре (новость, репортаж, интервью, очерк, кейс-стори и др.);
- художественная или рекламная фотография;
- наружная реклама любого формата;
- инструмент интернет-продвижения: сайт / группа в социальной сети / баннер / текст / другое;
- научно-исследовательский проект.

**Процедура оценки и призы:**

Работа-победитель определяется решением профессионального жюри по критериям, предъявляемым к работам выбранного формата.

Авторы лучшей работы получают приз ректора Вятского государственного университета.

### **Бриф на тему «Проще, чем кажется»**

#### **Цель:**

создание рекламно-информационного продукта или инструмента продвижения электронных государственных услуг.

#### **Задача конкурсной работы:**

популяризация госуслуг, повышение уровня информированности аудитории о возможностях электронных государственных услуг с указанием перечня интернет-ресурсов, нуждающихся в продвижении, и с акцентом на объяснение преимуществ электронного формата госуслуг (оперативность, доступность, информативность, простота использования).

#### **Форматы конкурсных работ:**

- имиджевый или информационный видеоролик, предназначенный для трансляции по телевидению или в сети Интернет;
- вирусный ролик, предназначенный для трансляции в сети Интернет;
- журналистский материал (видео / аудио / текст), выполненный в любом жанре (новость, репортаж, интервью, очерк, кейс-стори и др.);
- инструмент интернет-продвижения: сайт / группа в социальной сети / баннер / текст / другое;
- печатная реклама: буклет / листовка / афиша / стикер / другое;
- наружная реклама любого формата;
- научно-исследовательский проект.

#### **Процедура оценки и призы:**

Работа-победитель определяется решением экспертного совета, в состав которого обязательно входит представитель организации-партнера. Работы оцениваются по критериям, предъявляемым к работам выбранного формата. Авторы лучшей работы получают приз от Министерства связи и информационных технологий Кировской области.

### **Бриф на тему «Железный сарафан»**

#### **Цель:**

Создание продающегося вирусного ролика о социальной программе, предоставляющей скидки на покупку жилья для студентов, молодых ученых и преподавателей в объектах компании «Железно».

**Задача** ролика – увеличить продажи и узнаваемость компании. Победитель – ролик, который получит большее количество просмотров на Youtube, получил большее количество репостов, получил большее количество лайков (каждый критерий даёт определенный балл).

#### **Формат конкурсных работ:**

- вирусный ролик, предназначенный для трансляции в сети Интернет.

#### **Ограничения:**

К конкурсу допускаются работы, не порочащие деловой репутации застройщика и не нарушающие закона о рекламе. За использование методов «накрутки» – дисквалификация.

**Призы:**

- главный победитель получает приз – «Железная стипендия» в размере 5 000 рублей ежемесячно в течение года и годовой контракт с компанией «Железно» по ее продвижению в социальных сетях;
- победитель в номинации «Приз зрительских симпатий» получает планшет по результатам голосования в опросе на странице конкурса в ВК;
- победитель в номинации «Видели-знаем» (по количеству просмотров видео на youtube) получает камеру go pro;
- победитель в номинации «Любимый бренд» (ролик, получивший максимальное число лайков в контакте) – смарт-часы;
- победитель в номинации «Передай другому» (ролик, получивший максимальное число репостов) – смартфон;

**Консультирование по конкурсной теме «Железный сарафан»:**

Сотовый: 8-912-370-59-91

E-mail: [tokareva@zhcom.ru](mailto:tokareva@zhcom.ru)

Токарева Яна (маркетолог компании «Железно»)

**Бриф на тему «Город\_РЕКА»**

**Цель:**

создание рекламно-информационного продукта, посвященного популяризации образа Вятки-реки как географического фактора, способствовавшего образованию территориальной целостности региона и формированию идентичности вятчан как многонационального сообщества.

**Задача конкурсной работы:**

- повышение интереса к истории Вятки-реки, вятчан, культурно-историческому, экологическому туризму.

**Форматы конкурсных работ:**

- имиджевый или информационный видеоролик, предназначенный для трансляции по телевидению или в сети Интернет;
- вирусный ролик, предназначенный для трансляции в сети Интернет;
- журналистский материал (видео / аудио / текст), выполненный в любом жанре (новость, репортаж, интервью, очерк, кейс-стори и др.);
- художественная или рекламная фотография;
- наружная реклама любого формата;
- инструмент интернет-продвижения: сайт / группа в социальной сети / баннер / текст / другое;
- научно-исследовательский проект

**Процедура оценки и призы:**

Работа-победитель определяется решением профессионального жюри по критериям, предъявляемым к работам выбранного формата.

Авторы лучшей работы получают приз Правительства Кировской области.

#### **4. Требования к оформлению работ**

Видеоролик: разрешение HD или full HD, формат – avi.

Хронометраж – до 30 секунд (видеоролик) / без ограничений (вирусный видеоролик)

Видеоматериалы необходимо представить на CD-диске или флэш-карте или отправить ссылкой: файл в формате MPEG 2 (минимальное разрешение 640x480 NTSC). На носителях водостойким маркером должны быть указаны: имя, фамилия участника и название работы.

*Печатная реклама. Фотография. Наружная реклама*

Цветной принт А3 в двух экземплярах для каждой работы. Электронная версия работы в формате TIFF с разрешением не менее 300 dpi, не менее Ф4 на следующих носителях CD-Rom, NDD, Zip 100 mb, 250 mb.

На титульных листах, дисках, флэш-картах должны быть наклейки с указанием ФИО автора, названия работы, темы конкурса, вуза.

*Научно-исследовательская работа. Социальный PR-проект*

При оценке работы учитываются следующие аспекты:

- обоснование основной коммуникационной идеи;
- глубина понимания целевых аудиторий;
- уровень креативности идеи и ее разработанности.

Работа должна быть представлена в двух экземплярах с обязательным титульным листом на бумажном и электронном носителях (формат А4, полуторный интервал, 14 кегль, шрифт Times New Roman).

*Журналистский материал*

Вариант 1: текст (формат А4, расширение .doc, полуторный интервал, 14 кегль, шрифт Times New Roman)

Вариант 2: текст с визуальным рядом, сверстаный в программе InDesign

Вариант 3: видеосюжет разрешение HD или full HD, формат – avi.

#### **5. Награды фестиваля**

В рамках фестиваля предусмотрены следующие награды:

1. За первое место в каждой из семи тем – именной диплом, призы от партнеров фестиваля и стилизованный приз «Вяка».
2. За второе место в каждой из семи тем – именной диплом и призы от партнеров фестиваля.
3. За третье место в каждой из семи тем – именной диплом.
4. Лицам, посетившим мастер-классы, практикумы, лекции в рамках фестиваля, выдается сертификат с указанием тематики и количества часов.

#### **6. Участники фестиваля**

К участию в фестивале допускаются студенты средних, высших учебных заведений и учреждений дополнительного образования. Статус участника присваивается всем лицам, которые заполнили заявку и работы которых были зарегистрированы в установленном порядке для участия в Фестивале. На конкурс могут быть представлены только самостоятельно выполненные студенческие проекты, соответствующие ниже перечисленным критериям.

## **7. Оформление заявки**

Для участия в конкурсе необходимо оформить заявку (образец оформления см. в приложении 1). Для регистрации необходимо подать работу и сопроводительную заявку (лично, по электронной или обычной почте) до 01 декабря 2016 года по адресу: 610002, г. Киров, ул. Ленина. 111, каб. 317, кафедра журналистики и медиакоммуникаций Вятского государственного университета. Телефон: (8332) 74-24-61. Email: [vyatka-creative-2016@yandex.ru](mailto:vyatka-creative-2016@yandex.ru)

Заявка должна быть заполнена на русском языке. Для каждой работы заполняется отдельная сопроводительная заявка. Для иногородних участников рекомендуется воспользоваться курьерской службой или прислать работы бандеролью с уведомлением.

На конвертах или футлярах, а также в электронных письмах с конкурсными работами и обороте распечаток должна быть указана следующая информация:

- Название работы
- Тема
- Фамилия, имя автора / авторов
- Наименование вуза, курса, факультета полностью
- Контактная информация (e-mail, телефон)

В случае если работа в силу своего формата или объема не может быть прикреплена к письму в качестве вложения, необходимо загрузить ее на один из следующих сервисов: DropBox ([dropbox.com](http://dropbox.com)), Яндекс.Диск ([disk.yandex.ru](http://disk.yandex.ru)), Google Drive ([google.com/drive](http://google.com/drive)), и указать прямую ссылку на работу в тексте письма. Каждая работа отправляется отдельным электронным письмом. В заголовке письма необходимо указать тему «Работа на IV Фестиваль «Вятка-креатив»».

## **8. Порядок и сроки проведения фестиваля**

IV Фестиваль студенческой рекламы и медиакоммуникаций Поволжья проходит в соответствии со следующим графиком:

- с 03 ноября по 06 декабря – прием и регистрация работ для участия в конкурсе фестиваля.
- 06 декабря – подготовка работ для членов жюри.
- 07 декабря – работа членов жюри фестиваля.



- 08 декабря 2016 года – церемония открытия IV Фестиваля рекламы и медиакоммуникаций Поволжья «Вятка-креатив», программа мастер-классов, практикумов, лекций, семинаров, творческие встречи участников фестиваля.
- 09 декабря – работа согласно Программе фестиваля, творческие встречи участников фестиваля и представителей медиаиндустрии и ведущих рекламных агентств. Церемония награждения победителей и закрытие фестиваля.

## **9. Жюри**

Жюри формируется из профессионалов-практиков и руководства университета. Заседание жюри проводится по окончании приема работ. Работа жюри осуществляется отдельно для каждой номинации. Заседания происходят в два этапа: сначала из всех предоставленных в данной номинации работ формируется шорт-лист, затем из числа работ, вошедших в шорт-лист, определяются победители. По окончании работы жюри и определения победителей составляется решение в письменной форме, которое размещается на сайте фестиваля после награждения победителей и церемонии закрытия фестиваля.

Оргкомитет вправе исключить работу из общего списка в период проведения фестиваля или по его окончании, если будет выявлен плагиат и/или использование чужой интеллектуальной собственности, защищенной авторским правом или смежными правами.

## **10. Оргкомитет фестиваля**

610000, г. Киров, ул. Московская, 36, каб. 336  
Телефон: (8332) 742445; 742461; 89128202257  
Контактное лицо: Поспелова Наталья Ивановна  
Email: [vyatka-creative-2016@yandex.ru](mailto:vyatka-creative-2016@yandex.ru)  
Сайт ВятГУ: [www.vyatsu.ru](http://www.vyatsu.ru)