

Тематические брифы
IV ФЕСТИВАЛЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ
И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ ПОВОЛЖЬЯ
«ВЯТКА-КРЕАТИВ»

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 представителях 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 «Всемирным восстанавим Спасский собор»

Цель: продвижение идеи восстанавления Спасского собора г. Кирова.

Задача проекта – увеличить число пожертвований на восстанавление 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 «Всемирным восстанавим 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

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, репродуктивистики 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

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.