



Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Волгоградский  
государственный университет»**

**ПОЛОЖЕНИЕ  
О КОНКУРСЕ РЕКЛАМНЫХ  
ПРОЕКТОВ  
«deADline»**

*dd. 03. 2022 № 01-23-1995*



**УТВЕРЖДАЮ**

**И.о. ректора**

**Д.Ю. Ильин**

**«dd» 03 2022г.**

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1.1. Настоящее Положение регламентирует статус, цели, задачи, условия участия и порядок проведения Конкурса рекламных проектов «deADline» (далее – Конкурс), требования к конкурсным работам, порядок их предоставления на Конкурс, сроки проведения Конкурса<sup>1</sup> и действует до завершения всех конкурсных мероприятий.

1.2. Цели Конкурса:

- продвижение направлений подготовки, реализуемых в ВолГУ (в том числе «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Инноватика» и др.), на региональном рынке образовательных услуг;
- повышение престижности профессии менеджера, маркетолога, рекламиста в регионе;
- поддержка производства знаний, трансфера их в экономику и продвижения продуктов инновационной деятельности;
- популяризация науки, продвижение научных и инновационных проектов;
- формирование активной жизненной позиции молодежи в отношении решения стоящих перед обществом социально-значимых проблем;
- содействие трудоустройству выпускников ВолГУ;
- содействие развитию региональной медиасреды.

1.3. Задачи Конкурса:

- формирование у молодежи креативного подхода к осуществлению профессиональных задач;
- отработка навыков и компетенций школьников и студентов в проектной деятельности;
- закрепление у участников конкурса теоретических знаний и практических навыков в области рекламы и связей с общественностью;
- пропаганда нравственности, здорового образа жизни, защиты окружающей среды;
- повышение престижа и привлекательности научной и инновационной деятельности среди молодежи;

<sup>1</sup> Конкурс не является конкурсом на закупку товаров, работ и услуг для нужд вуза, и на него не распространяются положения Федерального закона от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», а также главы 57 Гражданского кодекса Российской Федерации

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»			
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга	<b>Е.Г. Гущина</b>	<b>стр. 1 из 16</b>	<b>Версия: 1</b>
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>			

- формирование опыта в области Scientific Relations как отдельного направления коммуникации в сфере инноваций;

- привлечение различных социальных партнеров (потенциальные работодатели, общественные организации, политические объединения, органы власти, представители бизнеса) к сотрудничеству для развития региональной медиасреды.

1.4. Организатором Конкурса выступает кафедра менеджмента и маркетинга (далее - Кафедра) Волгоградского государственного университета:

*Волгоградская область, 400062, г. Волгоград, Пр. Университетский, 100, каб. 4-16В.  
Тел. 8442405514*

*Сайт: <https://volsu.ru/struct/institutes/regionaleconomics/management/>*

*E-mail: [marketech@volsu.ru](mailto:marketech@volsu.ru)*

1.5. Соорганизаторами Конкурса могут выступать физические и юридические лица, оказывающие непосредственное содействие и поддержку в его организации и проведении.

1.6. Для осуществления методического и технического обеспечения проведения мероприятий Конкурса создается коллегиальный орган - Организационный комитет, состав которого определяется Распоряжением директора института о проведении конкурса ежегодно.

1.7. Для экспертной оценки конкурсных работ Организационный комитет определяет численный и именной состав Жюри, состав которого формируется ежегодно.

## 2. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

2.1. В конкурсе имеют право принимать участие молодые граждане Российской Федерации в возрасте от 14 до 30 лет (учащиеся школ, студенты колледжей, техникумов, бакалавры, магистранты, аспиранты и молодые ученые, а также команды участников (не более 3-х человек, один участник может быть членом только одной команды), своевременно подавшие Заявку на Конкурс в соответствии с условиями и требованиями в разделе 2 и 3 данного Положения.

2.2. Участие в конкурсе осуществляется на безвозмездной основе.

2.3. Для участия в Конкурсе необходимо подготовить рекламный материал по одной или нескольким номинациям и темам, отвечающий целям и задачам Конкурса.

2.4. Конкурс проводится по 4 секциям/направлениям, темы которых могут меняться ежегодно, как и форма (вид) рекламного продукта:

	Секции	Темы	Форма (вид) рекламного продукта
1	Социальная реклама	Социально-значимые проблемы обществ	- Рекламный видеоролик - Наружная/баннерная реклама в сети Интернет
2	Реклама и PR в сфере науки и инновационной деятельности	Продвижение научных и инновационных проектов (наукоемкого или инновационного продукта)	- Рекламный видеоролик - Печатная реклама
3	Продвижение образовательных услуг	Продвижение направлений подготовки «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Инноватика»	- Рекламный видеоролик - Печатная реклама
4	Кейсы от спонсоров	Продвижение брендов	Выбор спонсоров (бриф)

2.5. Участник Конкурса может подать на рассмотрение не более двух работ в одной секции. Серия работ одного участника (команды) на единую тему в рамках заявленной секции рассматривается как одна работа.

2.6. К каждой конкурсной работе должна быть приложена заявка установленного образца (Приложение № 1). Заявка является документом, необходимым для включения работы в список конкурсантов.

2.7. Неотъемлемым элементом заявки является Согласие на обработку персональных данных по форме согласно Приложению № 2.

2.8. Целями предоставления согласия на обработку персональных данных автора/авторов является обеспечение соблюдения Организатором прав и равных условий для всех Участников Конкурса, гласности его проведения и распространения его результатов.

2.9. Срок, в течение которого действует согласие автора/авторов равен сроку действия исключительного права на конкурсную работу.

2.10. Отзыв согласия на обработку персональных данных осуществляется в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных».

2.11. Для несовершеннолетних участников обязательным приложением к Заявке является Согласие законного представителя (опекуна) несовершеннолетнего участника/цы конкурса (Приложение 3)

2.12. Подача заявки, согласия и представление работ на Конкурс означает, что участник принимает все условия Конкурса, утверждённые данным Положением.

2.13. Поданные на Конкурс работы не возвращаются.

### **3. ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТАМ**

3.1. Ко всем конкурсным работам в любой секции предъявляются следующие общие требования:

- рекламный проект должен представлять собой завершённую, концептуально проработанную, творческую работу;
- проект должен представлять собой собственную разработку автора (в крайнем случае, использование материалов со свободным распространением («Свободная лицензия», Лицензия «СС» и т.п.);
- автор должен соблюдать закон об авторских правах (использование заимствованных разработок требует ссылки на автора или его разрешение на пользование авторским правом);
- автор должен соблюдать Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 в последней редакции;
- автор должен придерживаться этических принципов;
- проект должен соответствовать теме и требованиям Конкурса;
- работы должны быть представлены на русском языке.

3.2. В каждой секции к конкурсным работам предъявляются отдельные содержательные и технические требования.

3.2.1 В секции «Социальная реклама» принимаются работы социально-значимой тематики, освещающие вопросы борьбы с курением, алкоголизмом, наркоманией и другими негативными социальными явлениями; повышения роли физической культуры и спорта в молодежной среде; защиты окружающей среды, экологической культуры, осознанного потребления и др.

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»		
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга Е.Г. Гущина	<b>стр.</b> 3 из 16	<b>Версия:</b> 1
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>		

**Специальные требования  
к работам секции «Социальная реклама»**

Номинации	Виды рекламных материалов/ работ	Содержательные требования к работам	Технические требования к работам
Лучшая видео реклама	Рекламный видеоролик	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям, общественно-значимым проблемам.</li> <li>2. Работы должны носить созидательный, жизнеутверждающий характер.</li> <li>3. Обязательно наличие социального лозунга, девиза, призыва.</li> <li>4. В материалах, представляемых на конкурс, не должно быть: <ul style="list-style-type: none"> <li>- имен авторов; указания адресов и телефонов;</li> <li>- информации о спонсорах;</li> <li>- имен политических деятелей и лидеров;</li> <li>- религиозных движений, в том числе религиозной символики;</li> <li>- названий и упоминаний (логотипов, брендов) товарной рекламы;</li> <li>- любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;</li> <li>- изображений всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных;</li> <li>- текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на насилие, а также любой формы проявления ощущения страха или стресса;</li> <li>- информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей, несущей какую-либо форму протеста, критики или негативного восприятия человеческого общества или природы.</li> </ul> </li> <li>5. В представленных работах недопустимо изображение «знаков беды» (перечеркнутого шприца, сигареты, бутылок, изображения смерти, пропаганда наркотиков и психоактивных веществ и т. п.).</li> </ol>	<p>Форматы предоставления файла:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MP4. 1080p, 30 кадров/с</li> <li>- звук: не менее 16 бит, стерео</li> <li>- длительность: не более 90 сек</li> <li>- количество: 1 работа.</li> </ul>
Лучшая наружная реклама/ баннерная реклама в сети Интернет	Макет наружки/ баннера (иллюстрация)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- имен авторов; указания адресов и телефонов;</li> <li>- информации о спонсорах;</li> <li>- имен политических деятелей и лидеров;</li> <li>- религиозных движений, в том числе религиозной символики;</li> <li>- названий и упоминаний (логотипов, брендов) товарной рекламы;</li> <li>- любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;</li> <li>- изображений всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных;</li> <li>- текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на насилие, а также любой формы проявления ощущения страха или стресса;</li> <li>- информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей, несущей какую-либо форму протеста, критики или негативного восприятия человеческого общества или природы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Формат JPG (не анимированный)</li> <li>- цветовая система CMYK</li> <li>- разрешение от 300 dpi и выше</li> <li>- размер одного файла – до 5Мб, размер пакета файлов и документов – до 7Мб</li> <li>- печатный дубль - формат А4-А1 (для выставки).</li> </ul>

3.2.2. В секции «Реклама и PR в сфере науки и инновационной деятельности» принимаются работы, представляющие собой разработку и коммуникационное сопровождение инноваций (инновационных продуктов/проектов). Темы, кейсы или брифы для разработки инновационных проектов прописываются организаторами в информационных материалах Конкурса.

**Специальные требования к работам  
секции «Реклама и PR в сфере науки и инновационной деятельности»:**

Номинации	Виды рекламных материалов/ работ	Содержательные требования к работам	Технические требования к работам
Лучшая видео реклама	Рекламный видеоролик	1. В работе должны быть явно и четко отражены: - название инновационного продукта; - новизна (суть инновационного продукта); - оценка потенциала, выгод, ожидаемых эффектов и перспектив использования инновационного продукта; - коммерческая привлекательность инновационного продукта. 2. Работы должны носить позитивную эмоциональную окраску. 3. Информация в рекламе должна быть достоверной. 4. В материалах, представляемых на конкурс, не должно быть:	Форматы предоставления файла: - MP4. 1080p, от 20 до 30 кадров/с - звук: не менее 16 бит, стерео - длительность: не более 90 сек - количество: 1 работа.
Лучшая печатная реклама	Постер, брошюра, буклет, плакат, листовка и т. д.	- имен авторов; указания адресов и телефонов; - информации о спонсорах; - изображений: интимных сцен, всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, отражающих телесные страдания людей и животных; текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на ощущения и переживания страха, стресса или агонии; информации в любой форме, унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей.	- Формат JPG (не анимированный) - цветовая система CMYK - разрешение от 300 dpi и выше - размер одного файла – до 5Мб, размер пакета файлов и документов – до 7Мб - печатный дубль - формат А4-А1 (для выставки).

3.2.3 В секции «Продвижение образовательных услуг» принимаются работы, представляющие собой рекламу направлений подготовки, реализуемых в ВолГУ (в том числе, «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Инноватика» и др.).

**Специальные требования  
к работам секции «Продвижение образовательных услуг»**

Номинации	Виды рекламных материалов/ работ	Содержательные требования к работам	Технические требования к работам
Лучшая видео реклама	Рекламный видеоролик	1. В работе должны быть явно и четко отражены: - название направления подготовки (и самого вуза); - УТП и позиционирование; - целевая аудитория (абитуриенты или их родители); - суть рекламного предложения и аргументы в его пользу; - выгоды для ЦА. 2. Работы должны носить позитивную эмоциональную окраску.	Форматы предоставления файла: - MP4. 1080p, от 20 до 30 кадров/с - звук: не менее 16 бит, стерео - длительность: не более 90 сек - количество: 1 работа.

Лучшая печатная реклама	Постер, брошюра, буклет, плакат, листовка и т.д.	<p>3. Информация в рекламе должна быть достоверной</p> <p>4. В материалах, представляемых на конкурс, не должно быть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- имен авторов; указания адресов и телефонов;</li> <li>- изображений: интимных сцен, всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, отражающих телесные страдания людей и животных; текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на ощущения и переживания страха, стресса или агонии; информации в любой форме, унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Формат JPG (не анимированный)</li> <li>- цветовая система CMYK</li> <li>- разрешение от 300 dpi и выше</li> <li>- размер одного файла – до 5Мб, размер пакета файлов и документов – до 7Мб</li> <li>- печатный дубль - формат А4-А1 (для выставки).</li> </ul>
-------------------------	--	---	---

3.2.4. Требования к работам секции «Кейсы от спонсоров». Спонсоры конкурса предоставляют собственные темы, кейсы или брифы для разработки рекламных продуктов их брендов. Организаторы Конкурса размещают кейсы/брифы в информационных материалах Конкурса.

**Специальные требования  
к работам секции «Кейсы от спонсоров» (пример номинаций)**

Номинации	Виды рекламных материалов/ работ	Содержательные требования к работам	Технические требования к работам
Лучшая видео реклама	Рекламный видеоролик	<p>5. В работе должны быть явно и четко отражены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- название бренда/продукта/компании;</li> <li>- УТП и позиционирование;</li> <li>- целевая аудитория;</li> <li>- суть рекламного предложения и аргументы в его пользу;</li> <li>- выгоды, польза, решение проблем для ЦА.</li> </ul> <p>6. Работы должны носить позитивную эмоциональную окраску.</p>	<p>Форматы предоставления файла:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MP4. 1080p, от 20 до 30 кадров/с</li> <li>- звук: не менее 16 бит, стерео</li> <li>- длительность: не более 90 сек</li> <li>- количество: 1 работа.</li> </ul>
Лучшая печатная реклама	Постер, брошюра, буклет, плакат, листовка и т.д.	<p>7. Информация в рекламе должна быть достоверной.</p> <p>8. В материалах, представляемых на конкурс, не должно быть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- имен авторов; указания адресов и телефонов;</li> <li>- изображений: интимных сцен, всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, отражающих телесные страдания людей и животных; текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на ощущения и переживания страха, стресса или агонии; информации в любой форме, унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Формат JPG (не анимированный)</li> <li>- цветовая система CMYK</li> <li>- разрешение от 300 dpi и выше</li> <li>- размер одного файла – до 5Мб, размер пакета файлов и документов – до 7Мб.</li> <li>- печатный дубль - формат А4-А1 (для выставки).</li> </ul>

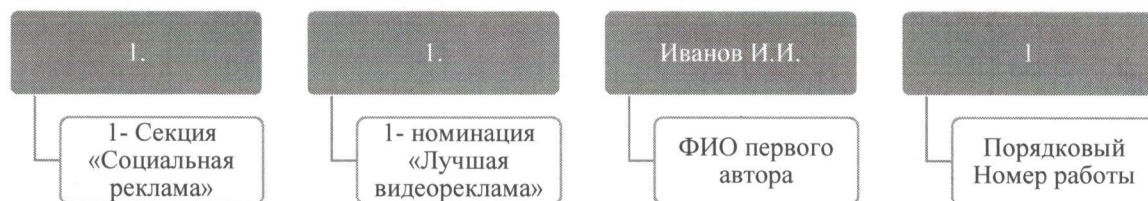
3.3. Все рекламные материалы направляются Организатору в электронном виде на корпоративную электронную почту по адресу: [deadline@volsu.ru](mailto:deadline@volsu.ru)

3.4. Электронные файлы именуются следующим образом:

Номер секции. Номер номинации. ФИО первого автора. Порядковый Номер работы (если их несколько).

Пример:

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга Е.Г. Гуцина <b>стр. 6 из 16</b> <b>Версия: 1</b>
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>



Аналогично оформляется название сопроводительных документов. Примеры:

- 1.1.Иванов И.И.1.Заявка
- 1.1.Иванов И.И.1.Согласие на обработку ПД
- 1.1.Иванов И.И.1.Согласие представителя

3.5. Графический демонстрационный материал (изображения) дополнительно направляется организатору на бумажном носителе, формата А4-А1 (для выставки работ) почтовой или курьерской отправкой, либо доставляется лично по адресу: *Волгоградская область, 400062, г. Волгоград, Пр. Университетский, 100, каб. 4-16В.*

#### 4. ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

4.1. Конкурс проходит в 3 этапа:

**1-й этап** Конкурса состоит из следующих мероприятий:

1) Информирование о проведении Конкурса. Организационный комитет не менее чем за 20 календарных дней до даты окончания приема конкурсных работ публикует информацию об условиях и заданиях Конкурса, критерии и порядок оценок конкурсных работ, место, срок и порядок представления конкурсных работ, размер и форму награды, порядок и сроки объявления результатов Конкурса на следующих ресурсах:

- сайт ВолГУ (страница кафедры менеджмента и маркетинга) по адресу: <https://volsu.ru/struct/institutes/regionaleconomics/management/>
- страница Института экономики и управления ВолГУ в «ВКонтакте»: [https://vk.com/ieu\\_volsu](https://vk.com/ieu_volsu)
- Телеграм-канал кафедры менеджмента и маркетинга: [https://t.me/marketch\\_4\\_16V](https://t.me/marketch_4_16V).

2) Прием заявок и конкурсных работ до 31.03 текущего года включительно. Работы, поступившие после окончания срока приема конкурсных работ, к Конкурсу не допускаются;

**2-й этап Конкурса:** с 01.04. по 10.04. текущего года включительно осуществляется отбор конкурсных работ в соответствии с требованиями Положения; индивидуальная оценка конкурсных работ членами Жюри в соответствующих номинациях; составление рейтинга работ и шорт-листа. Список Участников по итогам отборочного этапа конкурсных работ публикуется на сайте (странице кафедры) и в соцсетях не позднее 15.04. текущего года)

**3-й этап Конкурса** проводится **21 апреля текущего года** и состоит из следующих мероприятий:

- 1) оценка демонстрируемых работ и выбор победителей конкурса во всех номинациях (работы, вошедшие в шорт-лист, презентуются на конкурсе авторами лично);
- 2) церемония награждения победителей и участников Конкурса,
- 3) выставка и демонстрация лучших работ (сайт, социальные сети).

4.2. Программа Фестиваля:

Дата проведения – **21 апреля - Международный день творчества и инновационной деятельности.**

Время проведения – с 9:30 до 16:00.

Место проведения – 400062, г. Волгоград, пр. Университетский, 100, ауд.4-01А.

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»			
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга	Е.Г. Гущина	стр. 7 из 17	<b>Версия:</b> 1
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>			

	Этап	Содержание этапа	Время
1	Регистрация	– регистрация участников; – просмотр участниками выставки графических работ.	с 09:30 до 10:00
2	Открытие Конкурса	– вступительное слово; – доклады-сообщения о современном рынке рекламных услуг.	с 10:00 до 10:30
3	Свободный конкурс рекламных работ	Презентация участниками заранее отобранных жюри работ, обсуждение.	с 10:35 до 11:30
4	Кофе-брейк		с 11:30 до 12:00
5	Мастер-классы	Лекция-презентация (тренинг, мастер-класс) .	с 12:00 до 14:00
6	Кофе-брейк		с 14:00 до 14:30
7	Презентация работ по кейсам спонсоров	Презентация работ на основании заранее выданных заданий.	с 14:30 до 15:30
8	Подведение итогов	Заключительное слово, награждение участников.	с 15:30 до 16:00

4.3. Информация о победителях конкурса в каждой номинации публикуется на сайте (странице кафедры) и в соцсетях не позднее 1 мая текущего года.

## 5. ПОРЯДОК И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОНКУРСНЫХ РАБОТ

5.1. С целью проведения экспертизы и оценки поступивших конкурсных работ, Организационным комитетом Конкурса создается Жюри Конкурса и выбирается его председатель (Оргкомитет и Жюри Конкурса формируются и утверждаются ежегодно).

5.2. На первом этапе присланные на Конкурс работы, соответствующие формальным требованиям, кодируются по установленным оргкомитетом Правилам.

5.3. На втором этапе отобранные работы конкурсантов передаются в Жюри. Председатель Жюри назначает экспертов из числа жюри и распределяет работы между ними.

5.4. Жюри Конкурса оценивает каждую конкурсную работу по 10- балльной системе (от 0 до 10 баллов), где «0» – самый низкий балл, а «10» – самый высокий) по следующим критериям:

	Секции	Номинации	Критерии оценки работ
1.	Социальная реклама	Лучшая видеореклама	– наличие связки проблема-решение, – оригинальность (новизна) сюжета и воплощения идеи, – смысловая законченность, – эмоциональное воздействие (использование цвета, звука, музыкального сопровождения и т.п.), – техническая сложность исполнения.
		Лучшая наружная реклама	– наличие связки проблема-решение, – новизна и креативность воплощения идеи, – точность, лаконичность, информативность и читабельность текста, – художественный уровень исполнения (графические решения, композиция, цвет, стиль, эстетичность, эмоциональность, выразительность), – потенциальная возможность дальнейшего использования в качестве рекламы.

Название документа: Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»

Разработчик: и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга Е.Г. Гущина стр. 8 из 16 Версия: 1

Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи



2.	Реклама и PR в сфере науки и инновационной деятельности	Лучшая видеореклама	<ul style="list-style-type: none"> <li>– указание на новизну, выгоды или пользы для потенциального потребителя инновационного продукта,</li> <li>– оригинальность/новизна сюжета и воплощения идеи,</li> <li>– аргументированность и глубина раскрытия темы, смысловая законченность, выявление потенциала и перспектив проекта,</li> <li>– эмоциональное воздействие (использование цвета, звука, музыкального сопровождения и т.п.),</li> <li>– техническая сложность, профессионализм исполнения, ясность представления.</li> </ul>
		Лучшая печатная реклама	<ul style="list-style-type: none"> <li>– указание на новизну, выгоды или пользы для потенциального потребителя инновационного продукта/услуги/проекта,</li> <li>– креативность воплощения идеи,</li> <li>– точность, лаконичность, информативность и читабельность текста, точность и доходчивость языка и стиля изложения,</li> <li>– логика и структура рекламного текста (заголовков, подзаголовков, слоган),</li> <li>– художественный уровень графического исполнения (графические решения, композиция, цвет, стиль, эстетичность, эмоциональность, выразительность).</li> </ul>
3.	Продвижение образовательных услуг	Лучшая видеореклама	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наличие УТП и позиционирования рекламируемого направления подготовки,</li> <li>– указание на ЦА, выгоды или пользы для абитуриентов и их родителей,</li> <li>– креативность/ новизна сюжета и воплощения идеи, смысловая законченность,</li> <li>– эмоциональное воздействие (использование цвета, звука, музыкального сопровождения и т.п.),</li> <li>– техническая сложность и профессионализм исполнения.</li> </ul>
		Лучшая печатная реклама	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наличие УТП и позиционирования рекламируемого направления подготовки,</li> <li>– указание на ЦА, выгоды или пользы для абитуриентов и их родителей,</li> <li>– креативность подачи информации,</li> <li>– логика и структура рекламного текста (заголовков, подзаголовков, ОРТ, эхофраза, слоган),</li> <li>– художественный уровень исполнения (графические решения, композиция, цвет, стиль, эстетичность, эмоциональность, выразительность).</li> </ul>
4.	Кейсы от спонсоров	Выбор спонсора	Критерии спонсора на основе брифа
		Выбор спонсора	Критерии спонсора на основе брифа

5.5. Каждая работа основного тура должна рассматриваться и оцениваться не менее чем двумя экспертами независимо друг от друга. Если оценки экспертов значительно расходятся, председатель Жюри может принять решение о дополнительной оценке работы другими экспертами.

5.6. В результате обработки оценочных бланков определяется рейтинг присланных работ. Лучшие работы, согласно рейтингу, попадают в шорт-лист Конкурса.

5.7. На каждую работу, вошедшую в шорт-лист, составляется оценочный лист (отзыв).

## **6. ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ И ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ КОНКУРСА**

6.1. На третьем этапе Конкурса, проводимом в формате Фестиваля, Жюри простым большинством голосов присутствующих членов определяет победителей конкурса.

6.2. В случае равенства голосов, решающим является голос Председателя Жюри.

6.3. В каждой номинации Конкурса определяются 3 победителя (1,2 и 3-е места).

6.4. Победителями конкурса в каждой номинации являются 3 участника, набравшие высшие баллы в данной номинации по итогам голосования.

6.5. В случае, если на конкурс представлено всего три работы в одной номинации, определяется только 1 победитель.

6.6. Из числа всех победителей определяется обладатель гран-при Конкурса.

6.5. Обладателем гран-при Конкурса считается участник, набравший высший балл среди победителей.

6.6. Решение жюри пересмотру не подлежит и является окончательным и обязательным для Участников.

6.7. Жюри оставляет за собой право не присуждать призовых мест при низком качестве представленных работ либо в случае отсутствия конкуренции (в случае, когда в номинации представлено менее трех работ).

6.8. Жюри может утверждать дополнительные номинации для поощрения участников. Число номинаций данным Положением не регулируется.

6.9. После проведения Конкурса Оргкомитетом составляется итоговый протокол Конкурса, где приводится список победителей.

6.10. Подлинники протоколов заседаний Жюри и прилагаемые к ним материалы хранятся в структурном подразделении ВолГУ, обеспечивающем проведение Конкурса, в течение одного года. Ответственность за сохранность данных документов несет руководитель структурного подразделения.

6.11. Протоколы заседаний Жюри и прилагаемые к ним материалы являются документами временного срока хранения (1 год). По истечении указанного срока оперативного хранения протоколы и прилагаемые к ним материалы включаются в акт о выделении к уничтожению и передаются на утилизацию в установленном в ВолГУ порядке.

## **7. НАГРАЖДЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ**

7.1. Победители Конкурса награждаются дипломом победителя и сувенирной продукцией с логотипом ВолГУ.

7.2. Участники конкурса получают диплом участника.

7.3. Научные руководители победителей Конкурса получают благодарственные письма.

7.4. Организаторы Конкурса не выплачивают денежный эквивалент не денежной награды, а также не осуществляют ее замену.

7.5. Соорганизаторы и спонсоры Конкурса могут учреждать дополнительные призы для поощрения участников Конкурса.

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»			
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга	Е.Г. Гущина	<b>стр.</b> 10 из 16	<b>Версия:</b> 1
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>			

## 8. ФИНАНСИРОВАНИЕ КОНКУРСА

8.1. Финансирование Конкурса осуществляется за счет средств спонсоров и ВБС организаторов (Института экономики и управления).

8.2. Оплата командировочных расходов участникам Конкурса и сопровождающим их преподавателям производится командирующими сторонами.

## 9. ВОПРОСЫ АВТОРСКИХ ПРАВ

9.1. Конкурсная работа является результатом творческой деятельности ее автора(ов).

9.2. Автор(ы) гарантируют Организатору Конкурса, что:

9.2.1. на момент направления (передачи) конкурсной работы он/они обладает(ют) всеми необходимыми правами для принятия всех условий проведения Конкурса, предусмотренных Положением. В случае если Авторами конкурсной работы являются несколько лиц, Автор, направляющий конкурсную работу Организатору, обязуется заблаговременно получить согласие остальных лиц на направление работы Организатору и обеспечить достижение соглашения с остальными лицами в отношении распоряжения исключительным правом на конкурсную работу в соответствии с условиями, предусмотренными Положением;

9.2.2. использование конкурсной работы Организатором Конкурса в соответствии с условиями Положения не приведет к нарушению прав и законных интересов третьих лиц;

9.2.3. им/ими за свой счет будут предприняты все необходимые действия, исключающие возникновение (или обеспечивающие возмещение уже понесенных) расходов Организатора Конкурса, связанных с требованиями и претензиями третьих лиц в отношении использования конкурсной работы. До полного выяснения обстоятельств использования и удовлетворения соответствующих требований и претензий конкурсная работа, послужившая их основанием, исключается из Конкурса.

9.3. Автор(ы) предоставляет(ют) Организатору Конкурса право использования конкурсной работы на условиях простой (неисключительной) лицензии путем<sup>2</sup>:

9.3.1. воспроизведения в любой форме, без ограничения количества экземпляров;

9.3.2. распространения, включая воспроизведенные экземпляры, путем продажи или иного отчуждения;

9.3.3. доведение до всеобщего сведения;

9.3.4. включения в составные и иные произведения;

9.3.5. перевода или другой переработки с возможностью последующего использования любыми способами такого перевода или иным образом переработанного произведения (производного произведения) и распоряжения исключительным правом на производное произведение. Использование конкурсной работы Организатором Конкурса допускается на территории любого государства в течение всего срока действия права на конкурсную работу с момента предоставления права использования, без выплаты вознаграждения за использование конкурсной работы и без представления отчетов. Право использования конкурсной работы считается предоставленным в момент получения Организатором Конкурса конкурсной работы в порядке, указанном в Положении, безотносительно результатов оценки работ Участников Конкурса.

9.4. Автор(ы) конкурсной работы дают свое согласие на:

9.4.1. использование конкурсной работы Организатором Конкурса с указанием

<sup>2</sup>При предоставлении ВолГУ простой (неисключительной) лицензии у Автора конкурсной работы сохраняется исключительное право на конкурсную работу. Обладание таким правом позволит ему использовать данную работу самостоятельно и предоставлять право её использования другим лицам.

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»			
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга	Е.Г. Гущина	<b>стр.</b> 11 из 16	<b>Версия:</b> 1
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>			

или без указания имени автора(ов) при каждом таком использовании;

9.4.2. использование созданной им(ими) конкурсной работы под любым названием, которое сочтет нужным применить Организатор Конкурса;

9.4.3. внесение в конкурсную работу изменений, сокращений и дополнений;

9.4.4. снабжение конкурсной работы при её использовании иллюстрациями, предисловием, послесловием, комментариями или какими бы то ни было пояснениями.

9.5. Права на использование работ Участников, выполненных по кейсам приглашенных спонсоров, передаются спонсорам (которые ставили задачу на Конкурс) без дополнительного согласования с авторами работ для дальнейшего использования. Участники вправе самостоятельно, после Конкурса, продолжить сотрудничество с приглашенными спонсорами на взаимовыгодных условиях.

9.6. После подачи заявок для участия в Конкурсе и до истечения 7 календарных дней после даты окончания участники обязуются не передавать заявленные для данного Конкурса работы для публикации в сторонних СМИ, либо согласовывать публикацию своих работ с Организаторами Конкурса.

Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline» рассмотрено и одобрено на заседании кафедры менеджмента и маркетинга, протокол № 3 от 11.02.2022 г.

И.о. заведующего кафедрой  
менеджмента и маркетинга

Е.Г. Гущина

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по учебной работе

Д.Ю. Ильин

Проректор по воспитательной  
работе и молодежной  
политике

Н.М. Борытко

Директор института  
экономики и управления

Л.В. Пономарева

Начальника общего отдела

Н.С. Станкевич

Заявка<sup>3</sup>

на участие в Конкурсе рекламных проектов кафедры менеджмента и маркетинга ВолГУ  
«deADline»

<b>НАЗВАНИЕ РАБОТЫ</b>	
<b>НАПРАВЛЕНИЕ/ СЕКЦИЯ</b>	Социальная реклама «Тема...»/ «Реклама и PR в сфере науки и инновационной деятельности» «Тема...»/ «Продвижение образовательных услуг» «Тема...» /Кейс от спонсора....
<b>НОМИНАЦИЯ</b>	
<b>ТИП РАБОТЫ</b>	печатная реклама, наружная реклама, видеореклама, интернет-реклама (иллюстрации), другое (указать)
<b>ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ (описание параметров)</b>	1) изображения (формат файла, количество) 2) видеоролики (формат файла/ов, длительность, разрешение, параметры звука, количество роликов, ссылки на youtube.com (если залиты) 3) другое (указать)
<b>КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ РАБОТЫ:</b>	
<b>основная идея</b>	
<b>целевая аудитория</b>	<i>не ограничиваться только социально-демографическими характеристиками</i>
<b>Дата создания работы</b>	
<b>Авторское право (в том числе соавторство)</b>	
<b>Сведения об участии конкурсной работы в других конкурсах и фестивалях, получение там наград и призов</b>	
<b>Сведения о том, выходил ли конкурсный материал в СМИ в записи или в прямом эфире, размещался ли на рекламных щитах, в печатных изданиях</b>	
<b>Сведения об авторах</b>	для каждого автора: ФИО, учебное заведение, направление подготовки, группа, e-mail, контактный телефон) (паспортные данные, дата рождения, ИНН, номер пенсионного свидетельства (для физических лиц); ОГРН, ИНН, КПП, банковские реквизиты (для юридических лиц)) Для команды дополнительно – название и девиз.
<b>Научный руководитель</b>	Ф.И.О. (полностью), степень, звание, должность, место работы

С условиями Конкурса ознакомлен и согласен.

Дата подачи заявки « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Подпись руководителя организации/участника

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
М.П.

**ВНИМАНИЕ!** К Заявке прикладывается расписка автора о том, что он является автором и его право не оспаривается и не ограничено, а также указывается, что правообладатели материалов, присылаемых на конкурс, не возражают против размещения содержащихся в работах материалов в сети Интернет, использования их в теле- и радиопередачах и на наружных рекламных носителях на территории Российской Федерации, а также публикаций в печатных средствах массовой информации, в том числе посвященных конкурсу. Заявку заполнять разборчиво. На каждую работу заполняется отдельная заявка. Электронные носители должны быть подписаны (организация, номинация, название работы, год). Файлы с конкурсными работами не должны содержать сведений об авторах. Каждый ролик должен быть записан отдельным файлом, блоки не принимаются.

<sup>3</sup> Заполняется отдельно на каждую работу. Подача заявки и представление работ на Конкурс означает, что участник принимает все условия конкурса и согласен с условиями проведения Конкурса

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга Е.Г. Гущина <b>стр.</b> 13 из 16 <b>Версия:</b> 1
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>

## Согласие на обработку персональных данных и размещение конкурсной работы

г. Волгоград

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_г.

Я,

\_\_\_\_\_  
 (Ф.И.О)  
 \_\_\_\_\_ серия \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ выдан  
 \_\_\_\_\_  
 (вид документа, удостоверяющего личность)  
 \_\_\_\_\_  
 (когда и кем)

проживающий(ая) по адресу

\_\_\_\_\_  
 настоящим даю свое согласие на обработку Волгоградским государственным университетом и Организационным комитетом Конкурса рекламных проектов «deADline» (далее – операторы) моих персональных данных и подтверждаю, что, предоставляя такое согласие, я действую своей волей и в своих интересах.

Настоящее согласие предоставляется на осуществление любых действий в отношении моих персональных данных, в частности: фамилии, имени, отчества; даты, года, места рождения; образования, квалификации и их уровня; профессии (специальности); места и адреса работы, должности; места регистрации и/или проживания; номера телефонов (мобильный, домашний, рабочий); адреса электронной почты; адресов страниц в социальных сетях и прочих Интернет-сайтах, иных данных, предоставляемых Организатору, а также обусловленных участием автора(ов) в Конкурсе, которые необходимы или желаемы для достижения указанных выше целей, включая (без ограничения) любое действие (операцию) или совокупность действий (операций), совершаемых с использованием средств автоматизации или без использования таких средств с персональными данными, включая сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передачу (распространение, предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение, персональных данных, а также осуществление любых иных действий с моими персональными данными с учетом федерального законодательства.

В случае неправомерного использования предоставленных мною персональных данных согласие отзывается моим письменным заявлением. Мне разъяснены юридические последствия отказа предоставить свои персональные данные оператору.

С условиями Конкурса ознакомлен и согласен. Как автор, не возражаю против размещения конкурсной работы на безвозмездной основе в сети Интернет, использования ее в теле- и радиопередачах и на наружных рекламных носителях на территории Российской Федерации, а также публикаций в печатных средствах массовой информации, в том числе посвященных Конкурсу.

Данное согласие действует с «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г. до полного исполнения обязательств операторов в отношении меня.

\_\_\_\_\_  
 (Ф.И.О., подпись лица, давшего согласие)

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»			
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга	Е.Г. Гущина	<b>стр.</b> 14 из 16	<b>Версия:</b> 1
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>			

**Согласие законного представителя (опекуна) несовершеннолетнего участника/цы конкурса  
с требованиями Положения о конкурсе рекламных проектов «deADline»**

г. Волгоград

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г.

Я,

\_\_\_\_\_  
*Ф.И.О. родителя, законного представителя (полностью)*

являющийся

(являющаяся)

\_\_\_\_\_  
*указать степень родства (матерью, отцом, опекуном или др.)*\_\_\_\_\_  
*Ф.И.О. несовершеннолетнего – автора работы (полностью)*

обучающегося

\_\_\_\_\_  
*(указать наименование организации)*

проживающего по адресу:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ознакомлен(а) с Положением о конкурсе рекламных проектов «deADline» (далее – Конкурс), полностью согласен(а) с критериями оценки и условиями участия в Конкурсе и не возражаю против участия моего сына (дочери или др.) в Конкурсе;

согласен(а) на осуществление любых действий в отношении персональных данных моего ребенка/\_\_\_\_\_, в частности: фамилии, имени, отчества; даты, года, места рождения; образования, квалификации и их уровня; профессии (специальности); места и адреса работы, должности; места регистрации и/или проживания; номера телефонов (мобильный, домашний, рабочий); адреса электронной почты; адресов страниц в социальных сетях и прочих Интернет-сайтах, иных данных, предоставляемых Организатору, а также обусловленных участием автора(ов) в Конкурсе, которые необходимы или желаемы для достижения указанных выше целей, включая (без ограничения) любое действие (операцию) или совокупность действий (операций), совершаемых с использованием средств автоматизации или без использования таких средств с персональными данными, включая сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передачу (распространение, предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение, персональных данных, а также осуществление любых иных действий с его персональными данными с учетом федерального законодательства.

Не возражаю против размещения конкурсной работы ребенка на безвозмездной основе в сети Интернет, использования ее в теле- и радиопередачах и на наружных рекламных носителях на территории Российской Федерации, а также публикаций в печатных средствах массовой информации, в том числе посвященных Конкурсу.

Подтверждаю, что, давая такое согласие, я действую по собственной воле и в интересах несовершеннолетнего (-них).

Данное согласие действует с «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г. до полного исполнения обязательств операторов в отношении моего ребенка.

\_\_\_\_\_  
*(Ф.И.О., подпись лица, давшего согласие)*\_\_\_\_\_  
*(дата)*

<b>Название документа:</b> Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»
<b>Разработчик:</b> и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга Е.Г. Гушина <b>стр. 15 из 16</b> <b>Версия: 1</b>
<b>Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи</b>

**Акт приема – передачи приза**

Настоящий Акт составлен между представителем Организатора регионального Конкурса рекламных проектов ВолГУ «deADline» (далее – Конкурс), в лице Председателя Организационного комитета \_\_\_\_\_, действующего(ей) на основании доверенности № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года, с одной стороны, и

Гр. \_\_\_\_\_ РФ

(паспорт \_\_\_\_\_, выдан \_\_\_\_\_

код подразделения \_\_\_\_\_, зарегистрирован(а) по адресу: \_\_\_\_\_),

ИНН \_\_\_\_\_, признанный (-ая) Победителем по итогам Конкурса «\_\_\_\_\_» в номинации \_\_\_\_\_ с другой стороны, совместно именуемые «Стороны», о нижеследующем:

1. Представитель Организатора передает, а Победитель Конкурса принимает в собственность Приз в неденежной форме/ \_\_\_\_\_ денежная сумма \_\_\_\_\_ в размере \_\_\_\_\_, Общая стоимость приза \_\_\_\_\_ рублей, 00 копеек.

2. В соответствии с ст. 224 п. 2 Налогового кодекса Российской Федерации (далее – НК РФ), стоимость выигрышей и призов, превышающая 4 000 (четыре тысячи) рублей облагается налогом на доходы физических лиц по ставке 35%.

3. Победитель Конкурса подписанием настоящего Акта приема-передачи подтверждает, что он получил от Организатора указанный приз и обязуется самостоятельно подать декларацию в налоговый орган и уплатить налог на доходы физических лиц, в соответствии с подп. 4 п. 1 и п. 3 ст. 228 Налогового кодекса Российской Федерации.

4. В соответствии с требованием Федерального закона от 27.07.2006г. №152-ФЗ «О персональных данных» согласен на сбор, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), использование, распространение (передачу), обезличивание, блокировку и уничтожение своих персональных данных.

5. Представитель Организатора Конкурса считается исполнившим свои обязательства по вручению приза Победителю Конкурса с момента подписания настоящего Акта.

6. Настоящим Актом Представитель Организатора и Победитель Конкурса подтверждают, что обязательства сторон выполнены и у сторон нет претензий друг к другу.

7. Настоящий Акт составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

**8. АДРЕСА И РЕКВИЗИТЫ СТОРОН  
ПОБЕДИТЕЛЬ АКЦИИ:**

\_\_\_\_\_

Дата рождения: \_\_\_\_\_

Паспорт: \_\_\_\_\_

Кем выдан: \_\_\_\_\_

Дата выдачи: \_\_\_\_\_

Адрес постоянной регистрации: \_\_\_\_\_

Индекс: \_\_\_\_\_

ИНН: \_\_\_\_\_

Контактный телефон: \_\_\_\_\_

**ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ОРГАНИЗАТОРА:**  
Председатель Организационного комитета  
Конкурса рекламных проектов «deADline»,  
ВолГУ

Адрес места нахождения (юр.адрес):

Волгоградская область,

400062, г. Волгоград,

Пр. Университетский, 100, каб. 4-16В.

**9. ПОДПИСИ СТОРОН:**

**ПОБЕДИТЕЛЬ АКЦИИ:**

**Председатель Организационного комитета**

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

Название документа: Положение о конкурсе рекламных проектов «deADline»		
Разработчик: и.о. зав. кафедрой менеджмента и маркетинга	Е.Г. Гуцина	стр. 16 из 16
Копии с данного оригинала при распечатке недействительны без заверительной надписи		Версия: 1