

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)  
федеральный университет»

«29» 11 2021 г.  
№ 0.1.1.67-08/88/21

г. Казань

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



И. И. Гафуров

## ПОЛОЖЕНИЕ

о Всероссийском конкурсе коммерческой рекламы  
«Парящий Зилант» федерального государственного  
автономного образовательного учреждения высшего  
образования «Казанский (Приволжский) федеральный  
университет»

## **1. Общие положения**

1.1. Настоящее Положение определяет порядок проведения Всероссийского конкурса коммерческой рекламы «Парящий Зилант» федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (далее – Положение, Конкурс и КФУ соответственно), условия участия в Конкурсе, критерии оценки заявок на участие в Конкурсе и другие необходимые условия.

1.2. Организатором Конкурса является Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций Института социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ. Координатором Конкурса выступает кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Института социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ.

## **2. Цель и задачи Конкурса**

2.1. Конкурс проводится с целью обеспечения условий презентации творческих, учебных проектов, направленных на популяризацию профессиональных навыков рекламной деятельности.

2.2. Задачи Конкурса:

- развитие у конкурсантов способности творчески мыслить, находить нестандартные решения проблемных ситуаций;
- формирование у студентов навыков рекламной деятельности;
- освоение студентами практики подготовки рекламных проектов;
- привлечение внимания представителей профессионального сообщества сферы креативной индустрии к студенческим работам;
- создание условий для самореализации обучающихся, повышения их социальной и творческой активности;
- выявление талантливой студенческой молодежи;
- создание возможности для самопрезентации обучающихся в качестве начинающих специалистов сферы рекламы, связей с общественностью и медиакоммуникаций.

## **3. Участники Конкурса**

3.1. В Конкурсе имеют право принимать участие студенты КФУ очной формы обучения, а также студенты высших учебных заведений Российской Федерации, обучающиеся по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Медиакоммуникации» и другим направлениям социально-гуманитарного профиля обучения.

3.2. Обучающиеся, подавая заявку на участие в Конкурсе, тем самым подтверждают свое согласие с порядком и условиями, определяющими проведение Конкурса, и обязуются им следовать, также подтверждают достоверность изложенного в заявке и дают согласие оргкомитету в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июня 2006 года № 152-ФЗ на обработку представленных персональных данных, их передачу третьим лицам в течение неограниченного срока. В случае отзыва данного согласия участник обязуется направить письмо с указанием срока, в который необходимо уничтожить/прекратить обработку персональных данных.

## **4. Организация Конкурса**

4.1. Сроки Конкурса, состав жюри, дата и место проведения церемонии награждения победителей Конкурса утверждаются приказом ректора КФУ.

4.2. Общее руководство, подготовку и проведение Конкурса осуществляет оргкомитет, состав которого утверждается приказом ректора КФУ.

4.3. Оргкомитет Конкурса осуществляет следующую деятельность:

- планирует и координирует работу по организации и проведению Конкурса;
- составляет смету расходов и программу Конкурса;
- вносит предложения по срокам проведения Конкурса;
- формулирует номинации Конкурса, примерные темы проектных работ;
- вносит предложения по месту и времени проведения церемонии награждения победителей Конкурса;
- формирует список кандидатур для включения в состав жюри;
- осуществляет взаимодействие с подразделениями и должностными лицами КФУ, задействованными в работе по подготовке и проведению Конкурса.

## **5. Условия участия в Конкурсе**

5.1. Для участия в Конкурсе конкурсантам (конкурсанту) необходимо направить в оргкомитет Конкурса пакет документов в электронном виде, включающий в себя:

- заявку (приложение 1);
- творческую работу, выполненную самостоятельно и специально для Конкурса, соответствующую техническим требованиям;
- заполненный бриф на создание рекламного продукта (приложение 2);
- фотографии авторов проекта (отдельными подписанными файлами).

5.2. Сроки приёма пакета документов для участия в Конкурсе и адрес электронной почты для направления пакета документов устанавливаются оргкомитетом и доводятся до сведения студентов через размещение информации на официальном сайте КФУ.

5.3. Участие в Конкурсе бесплатное.

5.4. Творческая работа должна быть представлена в одной из конкурсных номинаций:

- лучшая наружная реклама;
- лучшая наружная реклама в категории Digital;
- лучшая интернет-реклама (баннерная реклама, вирусная реклама, рекламный мини-сайт и т.д.);
- лучшая музыкальная реклама бренда;
- лучший видеоролик для размещения в социальных медиа;
- лучшая анимированная реклама;
- лучший видеоролик о направлении обучения в образовательном учреждении высшего образования для размещения в социальных медиа.

5.5. В творческих работах рекламируются товары/услуги с указанием вымышленного имени бренда на основе заполненного брифа.

5.6. Технические требования к работам.

Плакат – авторский макет плаката должен быть разрешением 300dpi в формате jpeg/png/tiff.

Видеоролик – отправляется на электронный адрес Конкурса [EIMZiyatdinova@kpfu.ru](mailto:EIMZiyatdinova@kpfu.ru) в формате mp4 (хронометраж – не более 30 секунд). Каждый ролик или Flash-видео загружается с приложенным авторским текстовым описанием сценария. В начале видеоролика должна быть указана следующая информация: название Конкурса, номинация, по которой представлена данная работа.

Интернет-реклама – отправляется на электронный адрес Конкурса [EIMZiyatdinova@kpfu.ru](mailto:EIMZiyatdinova@kpfu.ru) в следующих форматах:

- формат файла – Macromedia flash;
- анимированный – gif;

– неанимированный – gif, png, jpg.

5.7. От одного автора может быть подано в индивидуальной или групповой заявке не более трёх работ. На каждую творческую работу требуется оформить отдельную заявку.

5.8. В случае предоставления неполного пакета документов организаторы вправе отклонить заявку и не допустить работу к экспертной оценке.

5.9. Предоставляемая на Конкурс работа не должна противоречить нормам главы VII Гражданского кодекса Российской Федерации (часть четвертая) «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации».

5.10. Участник Конкурса путем подачи заявки на участие соглашается с тем, что его (ее) работа не будет нарушать авторские и иные смежные права третьих лиц. Ответственность за использование чужих материалов несет автор работы.

5.11. Рекламный материал должен соответствовать законодательству Российской Федерации и номинациям Конкурса. Рекламный материал не должен содержать нецензурную (ненормативную) лексику, слова и фразы, унижающие человеческое достоинство, экспрессивные и жаргонные выражения.

## **6. Жюри Конкурса и критерии оценки проектных работ Конкурса**

6.1. Жюри Конкурса формируется из специалистов в области креативной индустрии, преподавателей, представителей коммерческих структур.

6.2. Все поступившие в оргкомитет работы Конкурса регистрируются и кодируются.

6.3. Оценки членов жюри Конкурса протоколируются и заносятся в реестр. Оценка проектных работ осуществляется в соответствии с оценочными листами. По итогам заполненных оценочных листов формируется рейтинг проектных работ в каждой номинации.

6.4. Проектные работы оцениваются по следующим критериям:

- соответствие конкурсной работы заявленной номинации;
- раскрытие УТП (уникального торгового предложения) товара/услуги;
- соответствие рекламного продукта представленному брифу;
- креативность (новизна идеи, оригинальность) конкурсной работы;
- эффективность предлагаемых технологий для реализации цели, сформулированной в брифе.

6.5. Творческие работы оцениваются в соответствии с обозначенными критериями по шкале от 1 до 5 (где 1 – минимальный балл, 5 – максимальный балл).

## **7. Награждение победителей и участников Конкурса**

7.1. В каждой номинации жюри определяет по одному победителю Конкурса.

7.2. Все победители Конкурса награждаются дипломами.

7.3. Организаторы вправе привлекать спонсоров к проведению Конкурса.

7.4. Допускается вручение победителям Конкурса специальных призов от спонсоров.

7.5. Члены жюри Конкурса вправе не присуждать любое призовое место по любой номинации.

7.6. По решению оргкомитета участники Конкурса, не ставшие победителями, могут быть дополнительно награждены специальными призами.

## **8. Использование конкурсных работ**

8.1. Работы победителей Конкурса могут быть направлены для участия в общероссийских конкурсах.

8.2. Организаторы Конкурса оставляют за собой право использовать конкурсные работы в

Положение о Всероссийском конкурсе коммерческой рекламы «Парящий Зилант» федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

некоммерческих целях и без выплаты денежного вознаграждения автору (авторскому коллективу), но с обязательным указанием имени автора (соавторов).

8.3. Из числа творческих работ, получивших наивысшую оценку, формируется каталог Конкурса.

## **9. Финансирование Конкурса**

9.1. Финансирование организации и проведения Конкурса осуществляется за счет средств субсидии на финансовое обеспечение выполнения государственного задания на оказание государственных услуг на организацию культурно-массовой, физкультурной и оздоровительной работы и собственных средств Института социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ.

## **10. Заключительные положения**

10.1. Внесение изменений и дополнений в настоящее Положение осуществляется путем подготовки проекта положения в новой редакции в установленном в КФУ порядке.

10.2. Настоящее Положение размещается на веб-сайте Института социально-философских наук и массовых коммуникаций веб-портала КФУ.

**ЗАЯВКА  
на участие в Конкурсе**

Ф.И.О. участника	
Дата рождения	
Место учебы: институт, факультет, филиал	
Номер группы	
Конкурсная номинация	
Контактная информация (моб. телефон, адрес эл. почты)	
Согласие на обработку персональных данных (да*)	

*\* Согласен со всеми условиями Конкурса и в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О защите персональных данных» даю согласие на обработку своих персональных данных (действия (операции) с персональными данными, включая сбор, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), использование, распространение (в том числе передачу), обезличивание, блокирование, уничтожение персональных данных).*

**КРЕАТИВНЫЙ БРИФ  
НА СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

**ИНФОРМАЦИЯ О БРЕНДЕ**

**Имя бренда**

**Легенда бренда (2–3 предложения)**

**Рекламируемый товар/услуга**

**Описание продукта/услуги**

**Позиционирование бренда** (ответ на вопросы: почему вы? какие ценности декларирует бренд?)

**Преимущества товара/услуги** (расписать УТП (уникальное торговое предложение) товара, услуги, указать 3–4 позиции)

**Рациональная польза продукта/услуги**

**Эмоциональная польза продукта/услуги**

**ИНФОРМАЦИЯ О РЕКЛАМНОМ ПРОДУКТЕ**

**Цель создания рекламного продукта**

Знание (выход на рынок), лояльность (хорошее отношение), первичная покупка, повышение продаж, другое

Положение о Всероссийском конкурсе коммерческой рекламы «Парящий Зилант» федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

--

### Основное рекламное сообщение (SMP)

Какую информацию необходимо донести до потребителя/в чем конкретно заключается Ваше предложение?

--

### Рекламный слоган

--

### Тип рекламного продукта

наружная реклама	
наружная реклама в категории Digital	
интернет-реклама (баннерная реклама, вирусная реклама, рекламный мини-сайт и т.д.)	
музыкальная реклама бренда	
видеоролик для размещения в социальных медиа	
анимированная реклама	
видеоролик о направлении обучения в образовательном учреждении высшего образования для размещения в социальных медиа	

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Конечные покупатели	
Возраст	
Пол	
Семейный статус	
Социально-демографические характеристики	
Жизненный стиль	
Решение о покупке	
Кто принимает?	
Где принимает?	
Кто влияет на решение?	
Характер решения: планируемый/спонтанный	
Целевые группы	

### КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Контактное лицо	
Телефон, почта	