****

**Положение**

**о IX Международном студенческом фестивале рекламы и PR**

**«PR-стиль – 2017»**

(г. Брянск)

**25-26 апреля 2017 года**

**1.Концепция фестиваля**

Фестиваль объединяет студенчество с целью формирования нового коммуникативного поля средствами рекламы и PR-технологий.

Символичным является выбор имени фестиваля - «PR-стиль-2017». Оно становится весьма значимым в современной социальной и культурной деятельности человека, когда девальвируются или подменяются такие понятия, как патриотизм, духовность, культура общения, стремление к гармонии мира природы и человека.

В рамках Фестиваля должна прозвучать идея разработки нового представления о современном стиле жизни глазами молодежной аудитории.

В 2017 году идеи фестиваля обретают новое звучание ввиду события, которое будет широко отмечено на общероссийском и региональном уровнях – это год экологии в России. Тема экологии станет одной из важнейших при подготовке и в ходе конкурсной части мероприятия. Кроме того, главной целью «PR-стиля-2017» станет профессиональный рост и формирование карьеры российской и зарубежной студенческой молодежи.

**2.Цели и задачи:**

- установление взаимодействия вузов России и стран ближнего и дальнего зарубежья (Беларуси, Молдавии, Болгарии, Польши и др.);

- развитие рекламной и PR практики, журналисткой работы;

- повышение профессионального уровня студентов в области рекламного творчества и PR-технологий, социологии и психологии масс-медиа, продвижения кинопродукции, фотоискусства, дизайна;

- развитие профессиональной культуры студентов,

- формирование национальных традиций рекламы и PR, журналистики, медиарилейшинз.

В ходе реализации поставленных целей планируется выполнение следующих **задач**:

- создание коммуникационных международных связей с руководством ВУЗов и студенчеством государств;

- изучение опыта организации PR и рекламы, журналистского мастерства, влияния социологии и психологии масс-медиа, медиарилейшинз, дизайна;

- создание благоприятных условий для профессионального и межличностного взаимодействия работодателей и студенчества во время проведения фестиваля;

- проведение мастер-классов профессионалами в области рекламы, PR, журналистики, дизайна, социологии и психологии масс-медиа, медиарилейшинз, дизайна.

**3.Формат мероприятия:**

Фестиваль предполагает проведение:

* творческих конкурсов;
* проведение мастер-классов;
* проведение круглых столов;
* развлекательные мероприятия (экскурсии);
* торжественное награждение лауреатов.

**4.В фестивале могут принять участие:**

* учащиеся 11-х классов общеобразовательных школ;
* студенты сузов;
* студенты высших учебных заведений, обучающиеся по направлениям «реклама и связи с общественностью», «журналистика», «маркетинг», «коммерция», «кино фото и видеотворчества», «дизайн», «event-менеджмент», «специалист по менеджменту СМК» и др.;
* сотрудники рекламных и PR-агентств, учреждений культуры, предприятий, работники пресс-служб и медиа-рынка.

**5.Оргкомитет**

Для решения вопросов, связанных с организацией и проведением мероприятия, создается Координационный Совет фестиваля, в который входят сотрудники кафедры «русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций», администрация института филологии, истории и мировой политики БГУ, студенческий актив филологического факультета, профком студентов БГУ, ректорат БГУ.

Координационный Совет:

– утверждает положение о фестивале;

– принимает решения по всем вопросам, связанным с подготовкой и проведением фестиваля и осуществляет контроль над выполнением;

– осуществляет взаимодействие с должностными лицами, задействованными в работе по подготовке и проведению фестиваля, спонсорами;

– решает организационные вопросы, связанные с рекламой, оформлением помещений, фирменным стилем, обеспечением правопорядка;

– утверждает состав жюри фестиваля;

– утверждает программу проведения фестиваля;

– утверждает смету расходов;

– проводит аккредитацию СМИ;

– определяет спонсоров и условия размещения их рекламы;

– анализирует качество организации фестиваля;

– несет ответственность перед генеральными спонсорами в рамках заключенного договора.

**6.Сроки проведения фестиваля**

Проекты на фестиваль принимаются до ***14 апреля 2017 года****.* Жюри определяет финалистов в ходе фестиваля.

**7.Условия участия в фестивале**

Для участия в фестивале принимаются ***новаторские идеи***, т.е. проекты в виде эскизов или проектов промо-кампаний на бумажном и электронном носителе и другие работы.

Проекты представляются на фестиваль ***под девизом, без указания автора проекта***. Расшифровка девиза (информация об авторе проекта) направляется в адрес Координационного Совета фестиваля вместе с проектом ***в запечатанном конверте.***

Для участия в круглом столе принимаются работы студентов, аспирантов, преподавателей вузов участников фестиваля. Работы высылаются на адрес электронной почты фестиваля ***до 14 апреля 2017 года: pr-stylebgu@yandex.ru***.

Информация об авторе включает:

– фамилию, имя, отчество, дату рождения;

– место учебы, курс, специальность;

– домашний адрес, телефон, e-mail;

– наименование заявленной номинации.

Вскрытие конвертов с информацией об авторах проектов производится после определения финалистов фестиваля.

Нарушения сроков и процедуры подачи проектов не допускаются.

Количество участников и представленных проектов не ограничивается.

Каждый вуз представляет количество участников, определенное организационной структурой команды.

Каждая команда должна действовать в соответствии с утвержденной программой фестиваля и выполнить все задания этапов фестиваля. В случае невыполнения данного пункта Положения команда не может награждаться.

**8.Темы творческих конкурсов**

### 8.1. Конкурс экологический видеороликов

С помощью популярного способа – видеороликов – донести информацию широкой общественности об экологических проблемах и успешном опыте решения в России.

На конкурс могут быть представлены видео.

Победители будут определены в следующих **номинациях**:

* лучший видеоролик
* оригинальность идеи
* техническое исполнение
* дебют.

### 8.2. Конкурс фотографий

На конкурс могут быть представлены цветные и черно-белые фотопортреты/серии фотографий на тему «Экология». Победители будут определены в следующих **номинациях**:

* «Водные пейзажи родного края»
* «В мире животных»
* «Зеленый лес»

### 8.3. Конкурс экологического рекламного плаката

На конкурс могут быть представлены графические работы в виде креативных идей рекламных плакатов, цель которых пропаганда защиты водных ресурсов, земельных недр, атмосферы, растительного мира и др.

Победители будут определены в следующих **номинациях**:

* композиционное решение
* использование технических средств
* глубина разработки темы
* дебют

**8.4. Конкурс рекламных и PR-кампаний**

На конкурс могут быть представлены рекламные и PR**-**кампании на тему «Экология».

Победители будут определены в **номинациях**:

* лучшая кампания
* лучшая техническая поддержка
* лучшая идея проекта
* лучшая маркетинговое решение
* дебют.

**8.5. Круглые столы:**

**Темы:**

**1. «Экологический PR»:** СМИ, экологические мероприятия, экологическая социальная реклама, Интернет, фандрайзинг.

**2. «Экологический дискурс»:** эколингвистика, научный экологический дискурс, эколого-юридический дискурс, массмедийный экологический дискурс, художественный экологический дискурс.

**3. «Продвижение экотуризма»:** исследования условий повышения спроса на экотуризм, комплекс маркетинговых технологий, PR, реклама.

**4. «Экологическая журналистика»:** освещение экологических вопросов глобального и локального значения, «зеленые» СМИ и их формы, жанры.

**5. «Экопсихология»:** современные научные подходы, психология окружающей среды, формирование экологического сознания личности.

### 8.6. Конкурс «Мой PR – стиль 2017»

На конкурс могут быть представлены цветные и черно-белые фотографии, выполненные во время Фестиваля.

Победители будут определены оргкомитетом **фестиваля.**

**9.Требования к проекту**

9.1.Графические работы представляются в распечатанном виде (формат А4, печать – полноцветная) в двух экземплярах и электронном варианте (форматы JPEG, JPG, TIFF). Вместе с конкурсной работой необходимо предоставить все использованные в ней материалы (шрифты, кисти фотошопа, текстуры, фотографии, рисунки, изображения, с которых срисовывались или вырезались элементы работы). Исходные материалы оформляются одним изображением (формат JPG, размер файла – не более 1 МБ, размер изображения: 1000-1600 пикселей по длинной стороне), в которое включается и готовая работа в уменьшенном размере. Если какие-то исходные элементы работы дорисовывались, необходимо показать эти элементы до и после дорисовки.

9.2.Фотографии предоставляются в формате 20х30 см и на электронном носителе.

9.3.Видео предоставляется в готовом виде (окончательный вариант монтажа) допустимые форматы: AVI, MP4, MOV, хронометраж – не более 2 минут, размер файла – не более 100 МБ.

9.4.Проекты рекламных и PR-кампаний представляются в распечатанном виде (формат А4) и вложенными в файловую папку, а также на электронном носителе. К проекту прилагается электронная презентация, созданная с помощью программы Power Point, или видеофильм.

9.5. На круглые столы принимаются материалы **объемом** – до 5-и страниц формата А4, включая библиографию, таблицы и рисунки. **Текстовый редактор** –Microsoft Word. **Шрифт** – Times New Roman, кегль – 14. **Поля** – 2 см со всех сторон. **Межстрочный интерлиньяж** – одинарный. **Абзацный отступ** – 0,5 см. Таблицы и рисунки оформляются согласно Инструкции по оформлению диссертации, автореферата и публикаций по теме диссертации (http://www.vak.org.by). **Иллюстрации**, размещенные в тексте, предоставляются в виде отдельных файлов (формат TIFF, JPG, BMP), сканированные изображения не допускаются. **Список использованных источников** должен быть оформлен в соответствии с ГОСТ. **Ссылки на источники** обозначаются в тексте порядковой цифрой в квадратных скобках, в соответствии с номером их упоминания в списке литературы, например: [3, с.45]. Подстрочные ссылки и примечания не допускаются. **Указание УДК обязательно.**

Каждой работе организаторы фестиваля присваивают кодовый номер.

**10.Жюри Фестиваля**

Жюри фестиваля создается с целью оценки поступивших на фестиваль проектов и выделения финалистов по разработанным критериям оценки.

Жюри создается из специалистов в предметной области Фестиваля с привлечением представителей бизнеса, художников-дизайнеров, специалистов по рекламе, сотрудников рекламных агентств, журналистов, психологов и социологов.

Жюри оценивает деятельность отдельных участников и команд в соответствии с намеченными мероприятиями фестиваля.

Оценка команд и отдельных участников осуществляется на основании специально разработанных критериев.

Определяются лучшие команды и победители по различным творческим конкурсам.

Жюри:

– просматривает и дает оценку выступлений команд и индивидуальные выступления;

– представляет к награждению команды и отдельных участников;

- дает рекомендации по улучшению работы фестиваля.

По решению жюри учреждаются следующие премии победителям фестиваля

– лучший рекламный проект;

– лучший PR-проект;

– лучший плакат;

– активный участник;

– приз зрительских симпатий;

– Гран-при.

Все участники фестиваля получают сертификаты.

Все присланные на фестиваль материалы не возвращаются и не рецензируются. Права авторов соблюдаются в соответствии с действующим законодательством.

Подготовил:

к.э.н., доцент Е.Н. Якубенко