

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»



ПОЛОЖЕНИЕ

О Всероссийском конкурсе социальной рекламы «Моё завтра»

Москва, 2022

1. Общие положения

1.1. Положение о Всероссийском конкурсе социальной рекламы «Моё завтра» определяет статус, порядок организации и сроки проведения Всероссийского конкурса социальной рекламы «Моё завтра» (далее – Конкурс), требования к участникам Конкурса, требования к работам и порядок их предоставления на Конкурс, порядок конкурсного отбора и определения победителей Конкурса, систему награждения победителей и участников Конкурса.

1.2. Настоящее Положение разработано в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и подзаконными актами, Уставом МГГЭУ и иными локальными нормативными актами Университета.

1.3. Организатором Конкурса выступает федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение инклюзивного высшего образования «Московский государственный гуманитарно-экономический университет».

1.4. Цели Конкурса – привлечение внимания студентов к острым социальным проблемам современного общества, формирование активной жизненной позиции у молодежи в отношении решения социальных проблем, привлечение талантливых ребят к созданию социальной рекламы в Российской Федерации.

1.5. Конкурс рассматривается как механизм предоставления молодежи возможности выразить свое отношение к проблемам в сфере профориентации и содействия трудоустройству выпускников вузов с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья, развития инклюзии в сфере образования и трудовой деятельности.

1.6. Настоящее Положение действует с момента его подписания ректором Университета и до завершения всех этапов организации и проведения Конкурса.

2. Участники Конкурса и условия участия в Конкурсе

2.1. В Конкурсе имеют право принимать участие лица обучающиеся в ВУЗах, в возрасте от 18 до 25 лет, в качестве авторов и коллективов авторов, представивших все документы в соответствии с условиями Конкурса.

2.2. Участие в конкурсе осуществляется на безвозмездной основе.

2.3. Конкурс проводится в двух номинациях:

- социальный плакат;

- социальный видеоролик.

2.4. Все лица, перечисленные в пункте 2.1 настоящего Положения, заполняют заявку установленного образца (приложение № 1 к настоящему Положению). Заявка является документом, необходимым для включения работы в список участников конкурса. Заявка предоставляется в Оргкомитет в электронном виде путем ее направления на адрес электронной почты Оргкомитета.

2.5. Вместе с заявкой для участия в Конкурсе необходимо предоставить конкурсный материал социального характера по тематике профориентации и содействия трудоустройству выпускников вузов с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья, развития инклюзии в сфере образования и трудовой деятельности.

2.6. Конкурсный материал представляется в виде файла с социальной рекламой (видеоролик или плакат) и текст с описанием. Рекомендации по структуре и содержанию описания социальной рекламы представлены в приложении №2 к настоящему Положению.

3. Порядок организации и проведения Конкурса

3.1. Для организации и проведения Конкурса создается Организационный комитет Конкурса в составе: проректора по молодежной политике Университета (председатель Оргкомитета), начальника управления по молодежной политике и социальной работе Университета (заместитель председателя Оргкомитета), начальника Управления по науке и проектной деятельности, деканов факультетов Университета, представителя Студенческого совета Университета.

3.2. В функционал Оргкомитета входит принятие заявок и конкурсных работ, оценка документов на соответствие условиям Конкурса и настоящему Положению, поддержание оперативной связи с участниками Конкурса по вопросам участия в Конкурсе и при возникновении технических или иных проблем, связанных с участием в Конкурсе.

3.3. Конкурс проводится в заочном формате.

3.4. Предоставление работ на Конкурс осуществляется в срок не позднее 3 сентября 2022 года.

3.5. Заявки, поданные после окончания срока приема указанного в пункте 3.4 настоящего Положения, не рассматриваются и к участию в Конкурсе не допускаются.

3.6. К участию в Конкурсе допускаются поданные в срок авторские работы, содержание которых соответствует утвержденной тематике Конкурса в соответствии с настоящим Положением.

3.7. Передача участниками работ для участия в Конкурсе в соответствии с настоящим Положением означает полное и безоговорочное согласие участников с настоящим Положением.

3.8. После окончания приема заявок и работ на Конкурс в течение трех рабочих дней (не позднее 6 сентября 2022 года) Организационный комитет Конкурса размещает работы участников Конкурса, соответствующие требованиям, в аккаунтах Конкурса и Университета в социальных сетях, а также на официальном сайте Университета.

4. Интернет-голосование по работам Конкурса

4.1. Интернет-голосование за работу начинается после размещения конкурсных работ в аккаунтах Конкурса и Университета в социальных сетях и на официальном сайте Университета проходит параллельно с экспертной оценкой до 8 сентября 2022 года.

4.2. В голосовании может принимать участие любой посетитель аккаунтов Конкурса и Университета в социальных сетях и официального сайта Университета <http://www.mggeu.ru/>.

4.3. Голосовать за одну и ту же работу можно только один раз в день. Количество работ, за которые голосует посетитель, не ограничено.

4.4. Экспертный совет Конкурса оставляет за собой право удалять все накрученные голоса и исключать из Конкурса участников, использующих накрутку голосов.

4.5. По итогам Интернет-голосования определяются обладатели призов зрительских симпатий по темам Конкурса «Социальный плакат» и «Социальный видеоролик».

5. Порядок определения победителей Конкурса

5.1. Определение победителей Конкурса осуществляет Экспертный совет Конкурса, в состав которого входят ректор, проректор по учебно-методической работе, начальник управления по науке и проектной деятельности, начальник управления по молодежной политике и социальной работе Университета, представитель отдела по связям с общественностью.

5.2. По решению Оргкомитета в состав Экспертного совета Конкурса могут быть включены работники Университета, представителей органов исполнительной власти и бизнес-сообщества.

5.3. Экспертный совет Конкурса оценивает каждую конкурсную работу по следующим критериям:

- Актуальность и социальная значимость проблемы, к которой привлекается внимание: соответствие замысла социальной рекламы современным проблемам в сфере инклюзивного образования, профориентации и содействия трудоустройству лиц с инвалидностью;
- Целостность и понятность содержания: социальная реклама должна легко восприниматься целевой аудиторией, в ней должен использоваться понятный текст и однозначно трактуемые образы;
- Мотивирующая способность и убедительность: целевая аудитория должна поверить рекламному сообщению, проникнуться им, социальная реклама должна мотивировать целевую аудиторию на изменение моделей поведения (активизацию трудоустройства, профессионального развития и др.);
- Креативность и оригинальность раскрытия проблемы в социальной рекламе;
- Техническая сложность исполнения проекта.

5.4. Экспертный совет Конкурса вправе отклонить присланные работы, если они не соответствуют условиям настоящего Положения.

5.5. Для оценки и экспертизы, представленных проектов Экспертный совет Конкурса вправе привлекать специалистов, пользующихся авторитетом в соответствующих конкурсным номинациям сферах деятельности.

5.6. Победители определяются Организационным комитетом Конкурса на основании проведенной Экспертным советом Конкурса экспертизы представленных работ и результатов Интернет-голосования.

5.7. Итоги Конкурса размещаются в аккаунтах Конкурса и Университета в социальных сетях, а также на официальном сайте Университета <http://www.mggeu.ru/> в течение трех дней с момента окончания конкурса.

6. Награждение победителей Конкурса

6.1. По итогам Конкурса победителям присуждаются I, II и III места отдельно по номинациям: «Социальный плакат» и «Социальный видеоролик».

6.2. Оргкомитет Конкурса оставляет за собой право на введение дополнительных номинаций, в том числе специальных номинаций от спонсоров и партнеров, согласованных с Оргкомитетом Конкурса, номинации могут быть изменены по решению Оргкомитета Конкурса.

6.3. Все победители Конкурса, вне зависимости от номинаций, награждаются Дипломами с указанием призового места и получают памятные призы.

6.4. Все участники Конкурса получают «Свидетельство участника Конкурса» в течение трех дней с момента окончания Конкурса.

6.5. Награждение победителей и вручение свидетельств участника Конкурса проходит в зале Ученого совета МГГЭУ.

7. Прочие условия

7.1. Лучшие авторские работы получают организационную, информационную поддержку и будут рекомендованы для практической реализации.

7.2. Работы победителей могут размещаться в федеральных и региональных СМИ, на информационных стендах МГГЭУ, использоваться иными способами в порядке, установленном гражданским законодательством.

7.3. Оргкомитет Конкурса оставляет за собой право использования конкурсных работ в некоммерческих целях и без выплаты денежного вознаграждения автору (авторскому коллективу), но с обязательным указанием имени автора (соавторов); проведения на территории Российской Федерации социальных рекламных кампаний, созданных с использованием конкурсных работ, распространения социальной рекламной продукции в учреждениях и организациях; репродуцирования работ при проведении общественно-значимых мероприятий Университета, а также в методических и информационных изданиях, для трансляции по телевидению, радио, для размещения в прессе, на наружных рекламных носителях и в сети «Интернет»; полное или частичное использование в учебных и просветительских целях.

7.4. В случае предъявления требований, претензий и исков третьих лиц, в том числе правообладателей авторских и смежных прав на представленную работу, споры разрешаются в соответствии с законодательством Российской Федерации.

8. Финансовое и материально-техническое обеспечение Конкурса

8.1. Финансирование организационной подготовки и награждения победителей Конкурса осуществляется за счет средств Университета от иной приносящей доход деятельности.

9. Контактная информация

9.1. E-mail-адрес ответственного лица: savelieva@mggeu.ru
(Савельева Оксана Николаевна).

9.2. Дополнительная информация, комментарии к конкурсным номинациям и темам, порядок оформления будут опубликованы в аккаунтах Конкурса и Университета в социальных сетях, а также на официальном сайте Университета <http://www.mggeu.ru/>.

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по молодежной политике

Т.Е. Агейчева

Проректор по учебно-методической работе

Е.С. Сахарчук

Начальник управления
по науке и проектной деятельности

М.В. Петровская

Заместитель начальника
административно-правового управления

А.В. Пирожков

**Заявка на участие во Всероссийском конкурсе социальной рекламы
«Моё завтра»**

ФИО участников (наименование творческого коллектива)	
Количество участников творческого коллектива ¹	
Место учебы (учебное заведение, факультет, кафедра, курс, группа)	
Место работы (при наличии) ²	
Номинация, на которую подается работа	
Конкурсные материалы (с указанием файлов и печатных материалов)	
Контактные данные (телефон, e-mail, ссылки на аккаунты в социальных сетях)	
При заполнении заявки мною (нами) подтверждается ознакомление с Положением о Всероссийском конкурсе социальной рекламы «Мое завтра», выражается согласие с его условиями и дается согласие на обработку персональных данных (да, нет)	

¹ Графа заполняется только при подаче заявки творческим коллективом. При подаче индивидуальной заявки в графе ставится прочерк.

² Если работу представляет на Конкурс творческий коллектив, указываются места работы каждого из участников коллектива, начиная с руководителя коллектива.

Рекомендации по структуре и содержанию описания социальной рекламы

- 1) Титульный лист: название проекта, сведения об авторе(ах) (ФИО, организация, факультет/институт, курс, группа), сведения о руководителе – при наличии (ФИО, организация, должность, ученая степень, ученое звание).
- 2) Обоснование проблемы: важность и значимость проблемы, к которой привлекается внимание, для инклюзивного общества и лично для автора(ов). Актуальность проекта подтверждается статистическими данными, ссылками на авторитетные исследования и практики в данной области, экспертными мнениями и др.
- 3) Целевая аудитория.
- 4) Цели и задачи проекта.
- 5) Описание замысла социальной рекламы.
- 6) Описание технологии изготовления социальной рекламы (средства, инструменты, техническое обеспечение и т.п.).

Рекомендации по оформлению видеоролика:

- длительность видеоролика – до 2 минут;
 - обязательно – наличие субтитров;
 - содержание и оформление социальной рекламы соответствует законодательству Российской Федерации (Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»). В видеоролике не должно быть персональных данных, информации о религиозных и политических движениях, названий и упоминания о конкретных марках товаров, товарных знаках, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных органах, об органах местного самоуправления; не должно быть упоминания имен политических деятелей и лидеров, партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл; не допускаются сюжеты, содержащие сцены насилия, дискриминации, интимные сцены и т.п.;
 - последний кадр содержит информацию об авторе(ах): ФИО, организация, факультет/институт, курс, группа; сведения о руководителе (при наличии): ФИО, организация, должность, ученая степень, ученое звание.
- Технические характеристики видео:
соотношение сторон 16:9;
MPEG-4/MOV/AVI/MPEG-2;
разрешение – от 720p до 1080p.
- ### Качественные характеристики видео:
- стыки (монтажные склейки) из двух и более сцен не должны сопровождаться какими-либо эффектами перехода;

- для обеспечения естественного ощущения просмотра не рекомендуется стыковать (монтировать) сцены одной крупности.

Требования к субтитрам:

- субтитры должны дублировать речь и звуки с экрана;
- субтитры должны быть выполнены на русском языке, с соблюдением грамматики и правил пунктуации;
- звуки и особенности речи должны сопровождаться соответствующими ремарками;
- субтитры должны располагаться в нижней части экрана так, чтобы закрываемая ими область наименьшим образом сказывалась на эстетической оценке сюжета фильма;
- нижняя строка субтитра должна отступать от низа экрана, по крайней мере, на 1/12 от высоты кадра;
- субтитры должны располагаться на горизонтальной оси;
- справа и слева от текста должно оставаться, по крайней мере, 1/12 полной ширины экрана;
- субтитры могут быть размещены в верхней части экрана только в крайних случаях, где визуальный материал (лингвистический или другой) имеет огромную важность к оценке и пониманию сюжета фильма;
- текст субтитров должен быть отформатирован по центру экрана;
- каждая строка субтитра должна укладываться приблизительно в 35 символов. Большее число символов, более чем 40 в строке, уменьшает четкость субтитра, так как требует уменьшения размера шрифта;
- рекомендованы такие шрифты Helvetica и Arial;
- цвет текста должен быть бледно-белым (не ярким), чтобы яркий пигмент не приводил бы к утомлению глаз у зрителей при просмотре. Рекомендуется размещать субтитры на контрастной плашке, цвет которой подбирается по дизайну видео;
- продолжительность текста субтитра в 2-е строки (максимальная);
- полные две строки субтитра (содержащие 14-16 слов) должны задерживаться на экране не меньше, чем на 5,5 секунд;
- субтитры не должны появляться одновременно с произношением реплики, а с запозданием на 1/4 секунды;
- субтитры нельзя оставлять в кадре более двух секунд после конца произнесения, даже если за эти две секунды не последовало новой реплики;
- временной промежуток между двумя «соседними» субтитрами должен быть 1/4 секунды.

Рекомендации по оформлению плаката:

- плакат может быть выполнен в графическом редакторе или нарисован от руки. Нарисованные от руки плакаты должны быть сфотографированы в широком разрешении без посторонних предметов в кадре либо отсканированы с сохранением цветопередачи;
- плакат представляется в виде файла в формате jpeg, tiff, gif; разрешение изображения 200-300 dpi; размер файла – не более 5 Мб.