Приложение № 1

УТВЕРЖДЕНО

приказом Финуниверситета

от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ №\_\_\_\_\_\_\_\_

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**о II Всероссийском студенческом конкурсе социальной рекламы**

**«Золотое сечение»**

1. **Общие положения**
	1. II Всероссийский студенческий конкурс социальной рекламы «Золотое сечение» (далее – конкурс) организуется и проводится Факультетом социальных наук и массовых коммуникаций Финуниверситета.
	2. Настоящее положение регламентирует требования и порядок проведения конкурса, его цели и задачи, организационное и методическое обеспечение, порядок участия и подведение итогов конкурса.
	3. Конкурс проводится в целях создания условий и медиа-инструментов решения социальных проблем, повышения медиаграмотности обучающихся, развития навыков рекламной деятельности обучающихся.
	4. Задачами конкурса являются:

вовлечение обучающихся в деятельность по решению социальных проблем;

продвижение и оценка социальной рекламы как инструмента решения социальных проблем на основе рекламных коммуникаций;

развитие творческой и познавательной активности обучающихся;

мониторинг информационного поля социальной рекламы;

участие в развитии отрасли связей с общественностью, рекламы и медийных технологий в России через стимулирование и поощрение талантливых обучающихся;

продвижение просветительских проектов, направленных на формирование социальной активности и гражданской позиции у студенческой молодежи.

* 1. На конкурс представляются индивидуальные или коллективные научные проекты. В коллективном научном проекте максимальное количество участников – не более 5 человек.
	2. В целях организации конкурса определены следующие номинации:

«Единая страна, единый народ». Тематика научных проектов: патриотизм и гражданская идентичность. Научные проекты, направленные на поддержку межкультурного диалога и на межнациональное согласие. Научные проекты, направленные на развитие гражданской идентичности, единства российской нации. Научные проекты, направленные на поддержку армии и ветеранов СВО. Проекты, направленные на развитие патриотизма.

«Семейный уют». Тематика научных проектов: Традиционные ценности и семейная политика. Научные проекты, направленные на содействие и на сохранение традиционных и семейных ценностей, межпоколенческое взаимодействие, демографическую политику, преемственность поколений и межпоколенческую солидарность.

«Не завидуй чужому, развивай своё». Тематика научных проектов: развитие отечественной экономики и социокультурной среды. Научные проекты, направленные на туристическую привлекательность России и на развитие внутрироссийского туризма. Научные проекты, направленные на поддержку инноваций, отечественной промышленности, импортзамещение. Научные проекты, направленные на развитие малых территорий. Научные проекты, направленные на поддержку творческих инициатив и развитие культурно-образовательной и научной среды.

«Береги свою землю». Тематика научных проектов: экология и защита окружающей среды. Научные проекты, направленные на экологическое просвещение; защиту животных, бережное обращение с природой, борьбу с глобальными проблемами современности.

«Богатырская наша сила». Тематика научных проектов: спорт и здоровый образ жизни. Научные проекты, направленные на популяризацию спорта и здорового образа жизни. Формирование навыков ответственного отношения за свою жизнь и здоровье. Спорт – это модно.

«Общественный патруль». Тематика научных проектов: профилактика негативного девиантного поведения и социализация молодёжи. Научные проекты, направленные на борьбу с коррупцией, правовым нигилизмом, экстремизмом и другими формами социально опасного поведения. Научные проекты, направленные на развитие и поддержку волонтерства.

* 1. Каждая номинация разделяется на три категории:

«Социальный плакат»;

«Рекламный видеоролик»;

«Видеоролик для социальных медиа».

* 1. На конкурс представляются научные проекты, выполненные как самостоятельно, так и под руководством научного руководителя.
	2. Рабочим языком конкурса является русский.
	3. В научных проектах запрещается содержание, разжигающее расовую, межнациональную или религиозную рознь, нарушающее законы Российской Федерации и носящее антисоциальный характер.
	4. Организационно–методическое обеспечение конкурса осуществляет организационный комитет конкурса, состав которого утверждается приказом Финуниверситета. Экспертная комиссия конкурса, состав которой утверждается приказом Финуниверситета, осуществляет проверку поступивших на конкурс научных проектов. Организационный комитет конкурса обобщает результаты экспертизы и оформляет решение
	о присуждении призовых мест в каждой номинации и категории участников.
	5. Конкурс проводится с 27 апреля по 07 июня 2024 года. Объявление победителей осуществляется на официальном сайте Финуниверситета не позднее 07 июня 2024 года.
	6. Информация о проведении конкурса размещается на официальной странице Факультета социальных наук и массовых коммуникаций на сайте Финуниверситета.
1. **Порядок представления и рассмотрения научных работ**
	1. Для участия в конкурсе необходимо направить материалы на электронный адрес экспертной комиссии конкурса zolotoesecheniye@inbox.ru в срок до 25 мая 2024 года. В состав материалов, представляемых для участия в конкурсе, входят:

а) научный проект, оформляется в соответствии со следующими требованиями:

«Макет наружной социальной рекламы» представляются на облачном сервисе (Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск). Форматы файла: JPG, разрешение 1920x1080p (формат 16х9), не более 20 МБ. Имя проекта
(название файла) оформляется строго в соответствии с шаблоном:
ФИО­­­­\_ВУЗ\_группа (пример: Петров\_Иван\_Иванович\_ФУ\_СОЦ22-6).

«Рекламный видеоролик» представляются на облачном сервисе (Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск). Форматы файла: avi, mpeg 4; разрешение 1920x1080p, не более 500 МБ; длительность не более 60 сек., звук 16 бит, стерео. Имя проекта (название файла) оформляется строго в соответствии с шаблоном: ФИО­­­­\_ВУЗ\_группа
(пример: Петров\_Иван\_Иванович\_ФУ\_СОЦ22-6).

«Видеоролик для социальных сетей» на облачном сервисе
(Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск). Вертикальная или горизонтальная ориентация с соотношением сторон 9:16 и разрешением 1920х1080р, длительность не более 120 сек., размер файла не более 300 МБ; видео: формат mp4. Имя проекта (название файла) оформляется строго в соответствии с шаблоном: ФИО­­­­\_ВУЗ\_группа (пример: Петров\_Иван\_Иванович\_ФУ
СОЦ22-6).

б) заявка на участие, подписанная автором (-ми)
(приложение № 1 к Положению) в сканированном виде в формате PDF.

2.2. Организационный комитет конкурса осуществляет сбор материалов и их проверку на соответствие установленным требованиям. Перед проверкой научных проектов секретарь экспертной комиссии конкурса все научные проекты обезличивает и шифрует, чтобы исключить возможность передачи экспертам любых сведений об авторах. Экспертная комиссия конкурса рассматривает и оценивает поступившие научные проекты.

Эксперт заполняет оценочный лист для каждого проверяемого им научного проекта (приложение № 2 к Положению).

По итогам работы экспертной комиссии конкурса формируется ведомость оценки всех научных проектов (приложение № 3 к Положению)
и определяются лучшие из них. Лучшие научные проекты определяются
на основе итоговой оценки. Если оценки экспертов значительно расходятся (более чем на 20 баллов), принимается решение о проведении дополнительной оценки научного проекта другими экспертами.

2.3. В случае несоответствия содержания научного проекта заявленной теме и/или при выявлении плагиата (уровень совпадений больше 40 %) научный проект снимается с конкурса. Решение о снятии научного проекта отражается в протоколе экспертной комиссии конкурса.

2.4. Научные проекты, не соответствующие условиям Положения
о конкурсе, представленные с нарушением порядка оформления
или поступившие после установленного срока, организационным комитетом конкурса не рассматриваются, не рецензируются и не возвращаются.

2.5. Решение экспертной комиссии конкурса оформляется протоколом с указанием номинаций и категорий участников конкурса – авторов лучших научных проектов с рекомендациями по награждению дипломами по форме
(приложение № 4 к Положению).

2.6. Итоговый протокол утверждается председателем экспертной комиссии конкурса.

2.7. Организационный комитет конкурса до 07 июня 2024 года рассматривает материалы, представленные экспертной комиссией конкурса и составляет итоговый протокол (приложение № 5 к Положению) с указанием победителей и призеров конкурса, а также их научных руководителей.

1. **Награждение победителей и призеров конкурса**
	1. Результаты конкурса объявляются на основании итогового протокола, утвержденного председателем экспертной комиссии конкурса. Итоговый протокол размещается на официальной странице Факультета социальных наук и массовых коммуникаций сайта Финуниверситета.
	2. По итогам конкурса в каждой номинации определяются:

не более одного победителя;

не более одного призера, занявшего второе место;

не более одного призера, занявшего третье место.

* 1. Победители и призеры конкурса в каждой номинации и категории конкурса награждаются:

I место – дипломом I степени;

II место – дипломом II степени;

III место – дипломом III степени.

* 1. Подведение итогов и награждение победителей и призеров проводится в торжественной обстановке не позднее, чем в 20-дневный срок со дня подведения результатов на основании итогового протокола.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Начальник отдела организации научных мероприятий Дирекции по организационному сопровождению научных исследований  |  | А.А. Башкатова |

Приложение № 1

к Положению

 **ФОРМА ЗАЯВКИ**

 **участника II Всероссийского студенческого конкурса**

**социальной рекламы «Золотое сечение»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Полное название научного проекта** |  |
| **Номинация** | «Единая страна, единый народ», «Семейный уют», «Не завидуй чужому, развивай своё», «Береги свою землю», «Богатырская наша сила», «Общественный патруль».*(нужное подчеркнуть)* |
| **Категории** | «Социальный плакат», «Рекламный видеоролик», «Видеоролик для социальных медиа».*(нужное подчеркнуть)* |
| **Автор (авторы):****фамилия, имя, отчество** *(полностью)* |  |
| **Место учебы** *(полное наименование учреждения, организации),* **город** |  |
| **Факультет, курс, группа** |  |
| **Почтовый адрес автора с указанием индекса** |  |
| **Номер контактного телефона** |  |
| **E-mail** |  |
| **Данные о научном руководителе:** **фамилия, имя, отчество** *(полностью)* |  |
| **Ученая степень, ученое звание** |  |
| **Место работы** *(полное название)***, должность** |  |
| **Пояснительная записка (не более 500 знаков)***(тематика, проблемная ситуация, цель, основная идея, целевая аудитория проекта)* |
| **Ссылка на Яндекс.Диск, Облако Mail.ru, СберДиск** |  |
| **Дополнительная информация** *(по желанию авторов)*  |  |

**Подпись автора \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Ф.И.О./**

Приложение № 2

к Положению

**ФОРМА ОЦЕНОЧНОГО ЛИСТА**

**научного проекта**
**II Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы**

**«Золотое сечение»**

**Название научного проекта**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Номинация\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Категория\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Ф.И.О. автора (-ов) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наименование учреждения (место учебы, работы) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Факультет, курс, группа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Научный руководитель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Критерии оценки | Баллы(максимальнаяоценка) |
| 1 | Соответствие требованиям к социальной рекламе | 20 |
| 2 | Соответствие теме номинации, раскрытие темы | 20 |
| 3 |  Новизна и оригинальность идеи научного проекта | 20 |
| 4 | Качество реализации: цветовое решение, композиция, доходчивость | 20 |
| 5 | Понятность сообщения и мотивирующая сила, креатив, соответствие целевой аудитории | 20 |
|  | **Итого** | 100 |

Эксперт

Ф.И.О. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Подпись \_\_\_\_\_\_\_\_ Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Приложение № 4

к Положению

**ФОРМА ПРОТОКОЛА**

**заседания экспертной комиссии**
**II Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы**

**«Золотое сечение»**

Экспертная комиссия конкурса сформирована в количестве \_\_\_\_\_\_\_ человек.

На заседании экспертной комиссии конкурса присутствовало \_\_\_\_\_ человек.

На конкурс поступило всего \_\_\_ научных проектов:

\_\_\_ научных проектов по номинации «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»;

\_\_\_ в категории «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_».

Экспертная комиссия конкурса представляет к награждению в каждой номинации и по категориям:

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

*(указывается номинация научного проекта и категория научного проекта.)*

Дипломами 1-й степени \_\_\_\_ работа, \_\_\_\_\_ авторов.

Дипломами 2-й степени \_\_\_\_ работы, \_\_\_\_\_ авторов.

Дипломами 3-й степени \_\_\_\_ работы, \_\_\_\_\_ авторов.

Председатель экспертной комиссии конкурса \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Ф.И.О./

Секретарь экспертной комиссии конкурса \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Ф.И.О./

Приложение № 5

к Положению

**ФОРМА ИТОГОВОГО ПРОТОКОЛА**

**II Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы**

**«Золотое сечение»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Диплом** | **ФИО** | **ВУЗ, группа** | **Научный руководитель** | **Тема научного проекта** | **Баллы** |
| **Номинация «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»** |
| **Категория «Социальный плакат»** |
| **I степени** |  |  |  |  |  |
| **II степени** |  |  |  |  |  |
| **III степени** |  |  |  |  |  |
| **Категория «Рекламный видеоролик»** |
| **I степени** |  |  |  |  |  |
| **II степени** |  |  |  |  |  |
| **III степени** |  |  |  |  |  |
| **Категория «Видеоролик для социальных медиа»** |
| **I степени** |  |  |  |  |  |
| **II степени** |  |  |  |  |  |
| **III степени** |  |  |  |  |  |

Председатель экспертной комиссии конкурса

Ф.И.О. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Подпись \_\_\_\_\_\_\_\_ Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Приложение № 3

к Положению

**ФОРМА ВЕДОМОСТИ ОЦЕНКИ НАУЧНЫХ ПРОЕКТОВ**

**II Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы**

**«Золотое сечение»**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **ФИО****авторов****(полностью)** | **Место учебы (полное наименование учреждения, организации) город, страна** | **Факультет, курс, группа** | **Название научного проекта** | **Научный руководитель****(ФИО,** **уч. степень,** **уч. звание, должность)** | **Оценка конкурсной комиссии** |
| **ФИО****члена экспертной комиссии** | **Баллы эксперта** | **Решение (место)** |
| **Номинация «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»** |
| **Категория «Социальный плакат»** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Категория «Рекламный видеоролик»** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Категория «Видеоролик для социальных медиа»** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |

Председатель экспертной комиссии конкурса \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Подпись ФИО Дата

Приложение № 2

УТВЕРЖДЕН

приказом Финуниверситета

от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ №\_\_\_\_\_\_\_\_

**СОСТАВ**
**организационного комитета
II Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы**

**«Золотое сечение»**

Председатель организационного комитета:

Солянникова С.П., проректор по научной работе.

Заместители председателя организационного комитета:

Шатилов А.Б., декан Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Музашвили Д.З., заместитель декана Факультета социальных наук и массовых коммуникаций по научной работе.

Члены организационного комитета:

Бестаева Е.В., заместитель декана Факультета социальных наук и массовых коммуникаций по воспитательной работе;

Камнева Е.В., доцент Кафедры психологии и развития человеческого капитала Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Курбанова К.М., специалист по учебно-методической работе 1 категории Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Лукушин В.А., главный специалист Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Овчинникова Ю.Е., руководитель Психологической службы;

Парма Р.В., доцент Кафедры политологии Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Шихгафизов П.Ш., доцент Кафедры социологии Факультета социальных наук и массовых коммуникаций.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Начальник отдела организации научных мероприятий Дирекции по организационному сопровождению научных исследований  |  |  А.А. Башкатова |

Приложение № 3

УТВЕРЖДЕН

приказом Финуниверситета от\_\_\_\_\_\_\_\_\_№\_\_\_\_\_\_\_

**СОСТАВ**

**экспертной комиссии
II Всероссийского студенческого конкурса социальной рекламы**

**«Золотое сечение»**

Председатель экспертной комиссии:

Шатилов А.Б., декан Факультета социальных наук и массовых коммуникаций.

Секретарь экспертной комиссии:

Музашвили Д.З., заместитель декана Факультета социальных наук и массовых коммуникаций по научной работе.

Члены экспертной комиссии:

Григорьев Э.В., старший аналитик Департамента по связям с государственными органами ООО «ГПМ РТВ» (по согласованию);

Зубец А.Н., директор Центр социально-экономических исследований Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Каминская Т.Л., профессор Кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

Кузнецова Ю.М., доцент Кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций;

 Ларионова Ю.С., руководитель Отдела отбора и экспертизы проектов социальной рекламы «Институт развития интернета» (по согласованию);

Малинин И.И., основатель рекламного холдинга «The Bussiness Pill»
(по согласованию);

 Песков Д.В., медиа-аналитик рекламного агентства «Игроник»
(по согласованию);

Саркисов В.Э., генеральный директор «ИМА-Консалтинг»
(по согласованию);

Юдельсон А.В., заместитель директора по связям и коммуникациям
АО «СУЭК» (по согласованию).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Начальник отдела организации научных мероприятий Дирекции по организационному сопровождению научных исследований  |  | А.А. Башкатова |