

**Regulamin Konkursu dla Szkół Ponadgimnazjalnych na reklamę Miasta Świdnica
w ramach Kongresu Turystyki Polskiej – Świdnica 2016
„Młodzi zapraszają do Świdnicy”**

1/ Organizatorzy

1. Społeczna Akademia Nauk Wydział Zamiejscowy w Świdnicy
2. Urząd Miejski w Świdnicy

2/ Adresat konkursu

Konkurs przeznaczony jest dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych ze Świdnicy.

3/ Cele konkursu

1. Celem konkursu jest przygotowanie narzędzi do promowania Miasta Świdnica.
2. Zwycięskie projekty oraz projekty wyróżnione mogą zostać wykorzystane jako materiał promujący Miasto.
3. Zachęcenie uczniów do aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym.
4. Kształtowanie umiejętności selekcji informacji oraz posługiwania się tradycyjnymi i nowoczesnymi instrumentami promocji.
5. Rozwijanie kreatywności indywidualnej i zespołowej.

4/ Kategorie konkursowe

1. Plakat reklamowy Miasta Świdnica – praca indywidualna.
2. Ulotka reklamowa Miasta Świdnica – praca indywidualna.
3. Film (spot) reklamowy Miasta Świdnica – praca zespołowa (2-3 osoby).

5/ Zasady ogólne konkursu

1. Konkurs organizowany jest w ramach Kongresu Turystyki Polskiej – Świdnica 2016.
2. Prace muszą stanowić oryginalną twórczość osoby biorącej udział w konkursie i nie mogą w żadnej swojej części być kopia lub fragmentem jakichkolwiek innych prac.
3. Uczeń może wziąć udział w jednej lub kilku kategoriach konkursowych, składając po jednej pracy indywidualnej oraz po jednej pracy zespołowej.
4. Prace należy dostarczyć do wybranego nauczyciela w szkole lub bezpośrednio do organizatora (Społeczna Akademia Nauk – Świdnica, ul. Franciszkańska 7).
5. Prace przekazane na konkurs stają się tym samym własnością organizatorów i pozostają w ich zbiorach, zaś ich autor zgadza się na ich wystawianie i publikację. Prace przekazane na konkurs nie były wcześniej publikowane i nie były wykorzystywane w innych konkursach.
6. Każdy uczestnik konkursu składa pisemne oświadczenie:
 - „Oświadczam, iż wyrażam zgodę na nieodpłatne przekazanie na rzecz: Społecznej Akademii Nauk w Łodzi Wydział Zamiejscowy w Świdnicy oraz Urzędu Miasta w Świdnicy, pracy oraz autorskich

praw majątkowych do przekazanej pracy, na wszystkich polach eksploatacji określonych ustawą o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r. (Dz. U. 2006, Nr 90, poz. 631 z późn. zm.). Oświadczam, że moja praca jest wynikiem oryginalnej twórczości i nie narusza praw osób trzecich"

- „Wyrażam zgodę na gromadzenie i przetwarzanie moich danych osobowych przez: Społeczną Akademię Nauk w Łodzi Wydział w Świdnicy i Urząd Miasta w Świdnicy dla celów postępowania konkursowego pod nazwą *Młodzi zapraszają do Świdnicy*. Oświadczam, że jestem świadomy/a przysługującego mi prawa wglądu do moich danych osobowych, żądania ich zmiany lub poprawienia".
7. Prace bez w/w oświadczeń nie będą oceniane.
 8. Prace w kategorii plakatu oraz ulotki oceniać będzie pięcioosobowa komisja w skład, której wejdą przedstawiciele: Wydziału Promocji Miasta (1 osoba), Młodzieżowego Domu Kultury (2 osoby), Społecznej Akademii Nauk (1 osoba), Przedstawiciel środowisk artystycznych (1 osoba).
 9. Prace w kategorii filmu reklamowego oceniać będzie pięcioosobowa komisja w skład, której wejdą przedstawiciele: Wydziału Promocji Miasta (1 osoba), Młodzieżowego Domu Kultury (1 osoba), Społecznej Akademii Nauk (2 osoby), Przedstawiciel organizacji turystycznych (1 osoba).
 10. Przy wyborze prac komisja będzie kierowała się następującymi kryteriami:
 - oryginalnością pomysłu,
 - bezpośrednim nawiązaniem do problematyki promocyjnej,
 - trafnym doborem treści,
 - współczesnością formy [ponadczasowość] na miarę XXI wieku,
 - estetyką wykonania
 - sposobem prezentacji przed komisją i publicznością (dotyczy laureatów w konkursie filmów promocyjnych).
 11. Organizatorzy zastrzegają sobie prawo wykluczenia z konkursu prac sprzecznych z przepisami prawa, zasadami etyki lub z innych względów powodujących, że nie nadaje się do publicznej prezentacji.

6/ Zasady konkursu w kategorii plakatu promocyjnego

1. Udział w konkursie indywidualny. Można zgłosić jeden projekt plakatu.
2. Plakat na odwrocie powinien być podpisany: herbem, pseudonimem lub kodem.
3. Autor do plakatu dołącza kopertę podpisaną na zewnątrz podobnie jak plakat. W środku koperty zostaną umieszczone dane personalne i kontaktowe autora (imię i nazwisko, szkoła, klasa, adres korespondencyjny, numer telefonu, e-mail) oraz podpisane czytelnie dwa powyższe oświadczenia (pkt. 5.6).
4. Format plakatu A-2 (594 mm x 420 mm).
5. Technika dowolna, płaska.
6. Nagrodzone i wyróżnione plakaty oraz ich autorzy zostaną przedstawieni podczas Finału Konkursu w dniu 12 października 2016 r.
7. Wybrane plakaty mogą być zaprezentowane w formie wystawy przygotowanej przez Organizatorów.

7/ Zasady konkursu w kategorii ulotki promocyjnej

1. Udział w konkursie indywidualny. Można zgłosić jeden projekt ulotki.
2. Ulotka powinien być podpisana: herbem, pseudonimem lub kodem.



rynek z tradycjami



SPOŁECZNA AKADEMIA NAUK

3. Autor do ulotki dołącza kopertę podpisaną na zewnątrz podobnie jak plakat. W środku koperty zostaną umieszczone dane personalne i kontaktowe autora (imię i nazwisko, szkoła, klasa, adres korespondencyjny, numer telefonu, e-mail) oraz podpisane czytelnie dwa powyższe oświadczenia (pkt. 5.6).
4. Format ulotki dwie strony A-5 (210 mm x 148 mm) lub dwie strony A-4 (297 mm x 210 mm) podzielone na 6 kolumn (format DL 210 mm x 99 mm).
5. Technika dowolna, płaska.
6. Członkowie komisji oceniają projekty indywidualnie wg skali 1-5 pkt. Następnie punkty są sumowane. W przypadku równej liczby punktów następuje dyskusja i ponowne głosowanie, które pozwoli ustalić kolejność prac nagrodzonych i wybranie wyróżnionych.
7. Nagrodzone i wyróżnione ulotki oraz ich autorzy zostaną przedstawieni podczas Finału Konkursu w dniu 12 października 2016 r.
8. Wybrane ulotki mogą być zaprezentowane w formie wystawy przygotowanej przez Organizatorów.

8/ Zasady konkursu w kategorii filmu (spotu) promocyjnego

1. Udział w konkursie zespołowy (2-3 osoby). Zespół może zgłosić jeden projekt filmu.
2. Film powinien być dedykowany do wybranej grupy docelowej, która zostanie zdefiniowana min. przez dwa kryteria segmentacji, np.: wiek, miejsce zamieszkania (terytorium), status społeczny,
3. Film na płycie CD lub DVD powinien być podpisany: herbem, pseudonimem lub kodem.
4. Autorzy do ulotki dołącza kopertę podpisaną na zewnątrz podobnie jak plakat. W środku koperty zostaną umieszczone dane personalne i kontaktowe wszystkich autorów (imię i nazwisko, szkoła, klasa, adres korespondencyjny, numer telefonu, e-mail) oraz podpisane czytelnie dwa powyższe oświadczenia przez każdego z autorów (pkt. 5.6).
5. Czas trwania filmu reklamowego 120-180 sekund
6. Format zapisu filmu MP4 lub inny, który umożliwi umieszczenie w Internecie.
7. Konkurs składa się z dwóch etapów:
 - a. I etap – wybór przez komisję 5 - 10 filmów promocyjnych. Członkowie komisji oceniają projekty indywidualnie wg skali 1-5 pkt. Następnie punkty są sumowane. W przypadku równej liczby punktów następuje dyskusja i ponowne głosowanie, które pozwoli ustalić listę laureatów. Punkty uzyskane w pierwszym etapie zostaną doliczone do punktów uzyskanych w drugim etapie.
 - b. II etap – Prezentowanie swojego filmu przez zespół wobec komisji i publiczności podczas Finału Konkursu w dniu 12 października 2016 r. W prezentacji będzie oceniana umiejętność przekonywania do swojego produktu i uzasadnienie wyboru grupy docelowej. Przewidziany czas prezentacji przez jeden zespół 2-3 minut. Komisja oceni wystąpienia poszczególnych zespołów (poszczególne członkowie głosują indywidualnie w skali 1-5 punktów, które są sumowane łącznie z punktami I etapu. W przypadku równej liczby punktów nastąpi kolejne głosowanie, które pozwoli ustalić kolejność projektów nagrodzonych i wybrać wyróżnione.
8. Podczas finału nastąpi przyznanie nagrody publiczności dla wybranego filmu reklamowego.

9/Terminy konkursu

1. Przekazanie informacji o konkursie i wybór nauczycieli koordynatorów w szkołach ponadgimnazjalnych – do 14 września 2016 r.
2. Przekazanie informacji o konkursie uczniom wraz z ulotkami – 14-16 września 2016 r.



rynek z tradycjami



SPOŁECZNA AKADEMIA NAUK

3. Zbieranie prac w szkołach lub w siedzibie organizatora (SAN, ul. Franciszkańska 7) do 7 października 2016 r. do godz. 14.00.
4. Ocena przez Komisje filmów do 8 października 2016 r.
5. Ocena przez Komisje plakatów i ulotek do 10 października 2016 r.
6. Powiadomienie laureatów w konkursie filmów 8-10 października 2016 r.
7. Powiadomienie nagrodzonych i wyróżnionych uczniów 10-11 października 2016 r.
8. Finał konkursu – 12 października 2016 r. godz. 12.00, Centrum Inicjatyw Pozarządowych, Świdnica, ul. Długa 33 (sala konferencyjna).
9. Wręczenie nagród -zwycięscy zostaną poinformowani o miejscu i godzinie wręczenia nagród.

10/ Finał Konkursu

1. Termin – 12 października 2016 r. (środa) godz.12.00.
2. Miejsce – Centrum Inicjatyw Pozarządowych, Świdnica, ul. Długa 33 (sala konferencyjna)
3. Program:
 - a. Miniwykład „Nowoczesne narzędzia promocji w turystyce”
 - b. Miniwykład „Marketing terytorialny szansą dla młodzieży”
 - c. Ogłoszenie wyników konkursu w kategorii ulotki
 - d. Finał konkursu w kategorii filmu promocyjnego
 - e. Ogłoszenie wyników konkursu w kategorii plakatu
 - f. Nagrody dla publiczności

11/ Nagrody

1. Przewidziano atrakcyjne nagrody w każdej kategorii, m.in. tablet.
2. Przewidziano wyróżnienia oraz certyfikaty dla uczestników.

12/ Postanowienia końcowe

1. Regulamin konkursu dostępny jest w stronie internetowej SAN i UM.
2. Uczestnictwo w niniejszym konkursie jest równoznaczne z akceptacją przez autora wszystkich postanowień tego regulaminu.
3. Wyniki konkursu umieszczone będą na stronie internetowej SAN i UM oraz wywieszone do wiadomości publicznej.
4. Sekretariat konkursu: Społeczna Akademia Nauk Wydział w Świdnicy, ul. Franciszkańska 7.
5. Osoby do kontaktu:
 - dr Joanna Mesjasz (jmes@poczta.onet.pl),
 - dr Jarosław Szandurski (660 580 551).



rynek z tradycjami



SPOŁECZNA AKADEMIA NAUK