****

**Институт маркетинга объявляет творческий конкурс**

**по созданию элементов фирменного стиля образовательного учреждения.**

**Творческий конкурс Brand Education**

**Слоган: «От зеленой кафедры к зеленому ВУЗу»**

К участию приглашаются студенты ГУУ всех курсов, направлений подготовки и образовательных программ.

Участвовать могут команды (до 3 человек) и студенты в индивидуальном порядке.

Наличие научного руководителя обязательно!

**Направления конкурсных проектов:**

1. **Проекты по продвижению бренда ВУЗа**

Проекты создания элементов платформы бренда и проекты по его поддержке и продвижению, т.е. медиа-активности и коммуникационные активности:

* **медиа-активности** (продвижение бренда ВУЗа через социальные сети и интернет-ресурсы: размещение пресс-релизов, пост-релизов, ведение странички проекта в социальных сетях,
* **телевизионная активность** – съемка видеороликов о проекте в процессе его реализации,
* **рекламная активность** – размещение баннеров, афиш на стендах ВУЗа, распространение листовок, лифлетов и пр.);
* **PR-активность** (использование СМИ, PR-проекты, позиционирование вуза в сети интернет, Профориентационная работа, личные контакты с целевой аудиторией).

1. **Социальное предпринимательство.**

* **Гражданские и социальные инициативы**, социально-значимые молодежные проекты, экологические и социальные проекты в ВУЗе, проекты по развитию добровольчества и т.д.
* **Экологические проекты**
* **Интернет стартапы**, направленные на решение задач университета: развитие Интернет-платформы ВУЗа с учетом общей тематики конкурса
* **Бизнес проекты**

1. **Инициативы года.**

Например, в 2022 год были определены следующие направления проектов:

- «Вуз моей мечты».

- «Развитие молодежного волонтерского движения в России».

- «Празднование Дня Рождения ГУУ»

*Можно выбрать одно направление или подготовить комплексную работу.*

**Обязательные элементы презентации проекта**

**к творческому конкурсу Brand Education**

1. Титульный лист
2. Презентация команды (фото, коллаж и т.д.)
3. Цель и задачи проекта

Пример: цель – привлечь интерес, донести информацию и т.д. с помощью разработки сувенирной продукции и т.д.

Задачи:

- изучить то, что есть у нас; что делают конкуренты и какие тренды есть на рынке сувенирной продукции и т.д. Могут быть использованы опросы, интервью и другие;

- разработать конкурентоспособное предложение, ориентированное на целевую аудиторию, отражающее тренды инноваций и включающее творческую идею;

- разработать рекомендации по дальнейшему использованию проектных предложений.

1. Исследование имеющихся носителей фирменного стиля (буклет и т.д.) в ГУУ и ВУЗах конкурентах.
2. Исследование передового опыта в выбранном направлении конкурса
3. Проект (макет и т.д.)
4. Предложения по использованию разработанного продукта (макета и т.д.) проекта

***Обратите внимание, чтобы в разработанном проекте прослеживались направления, по которым будет производиться оценка членов жюри:***

[***BRAND EQUITY***](https://translate.academic.ru/brand%20equity/en/ru/)***, INSIGHT, PERCEPTION, CREATIVE &INNOVATIONS***

***УДАЧИ!!!***

**ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КОНКУРСА**

2.1. **Цель** конкурса: формирование и укрепление идентификации

универсантов с брендом своего ВУЗа.

2.2. Задачи Конкурса:

2.2.1. Привлечение внимания студентов к бренду своего ВУЗа;

2.2.2. Выявление актуальных трендов, касающихся развития брендов ВУЗов, по мнению студенческой молодежи;

2.2.3. Поддержка и развитие молодежных инициатив в рамках социально-воспитательной работы Университета;

2.2.4. Создание условий для творческой самореализации обучающихся и стимулирования их к созидательной деятельности;

2.2.5. Отбор лучших творческих работ для изготовления и последующего распространения брендированной сувенирной продукции под брендом ВУЗа;

2.2.6. Выявление талантливых студентов и способствование (содействие) их успешному карьерному старту и профессиональному росту.

**СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА**

3.1. Конкурс проводится ежегодно и включает два обязательных этапа: первый – отборочный заочный этап (далее – первый тур), который проводится в заочной форме с одновременным размещением проектов на информационных ресурсах Конкурса, и второй – заключительный этап (далее – второй тур), который проводится в очной форме (в онлайн-режиме) (далее при упоминании совместно – туры).

3.2. Конкурс проводится в период с 09.03.2021 года по 19.04.2021 года в два этапа:

**- 09.03.2021 г. - 11.04.2021 г. - 1 этап (заочный);**

**- 12.04.2021 г. - 19.04.2021 г. - 2 этап (онлайн).**

**1 этап** (**заочный).** Заочный этап Конкурса проводится с целью отбора проектных работ для участия в очном этапе.

Проверка и оценивание проектных работ участников Конкурса осуществляется конкурсной комиссией. Проект оценивается пятью экспертами. По сумме баллов формируется рейтинг участников – победителей заочного этапа Конкурса.

Заявки, поданные после **11 апреля,** к конкурсу не допускаются. Проверка конкурсных работ и предоставление отчета о победителях заочного этапа завершается **11 апреля 2021 г.**

**2 этап (онлайн)**

Во втором этапе Конкурса принимают участие победители заочного этапа. Онлайн этап конкурса проводится на онлайн площадках ФГБОУ ВО ГУУ, ответственного за организацию и проведение Конкурса в текущем году.

В соответствии с данным Положением второй этап Конкурса предусматривает представление проектной работы. Защита проектов проходит в виде презентации. Время защиты проекта не более 7-10 минут.

Материалы на Конкурс принимаются на русском языке по следующим направлениям:

1. **Проекты по продвижению бренда ВУЗа**

Проекты создания элементов платформы бренда и проекты по его поддержке и продвижению, т.е. медиа-активности и коммуникационные активности:

* **медиа-активности** (продвижение бренда ВУЗа через социальные сети и интернет-ресурсы: размещение пресс-релизов, пост-релизов, ведение странички проекта в социальных сетях (Vkontakte, Instagram, Facebook**),**
* **телевизионная активность** – съемка видеороликов о проекте в процессе его реализации,
* **рекламная активность** – размещение баннеров, афиш на стендах ВУЗа, распространение листовок, лифлетов и пр.);
* **PR-активность** (использование СМИ, PR-проекты, позиционирование вуза в сети интернет, Профориентационная работа, личные контакты с целевой аудиторией).

1. **Социальное предпринимательство.**

* **Гражданские и социальные инициативы**, социально-значимые молодежные проекты, экологические и социальные проекты в ВУЗе, проекты по развитию добровольчества и т.д.
* **Экологические проекты**
* **Интернет стартапы**, направленные на решение задач университета: развитие Интернет-платформы ВУЗа с учетом общей тематики конкурса
* **Бизнес проекты**

1. **Инициативы года.**

На 2021 год определены следующие направления проектов:

- «Проект по продвижению конкурса Brand Education на российском рынке».

- «Проект «Как найти спонсора, индустриального партнера конкурса».

**ОСНОВНЫМИ КРИТЕРИЯМИ ОЦЕНКИ КОНКУРСНЫХ РАБОТ ЯВЛЯЮТСЯ:**

1. Польза для Университета;
2. Актуальность проекта;
3. Наличие конкретных и значимых результатов проекта;
4. Соответствие этическим ценностям и критериям эко-продукции;
5. Экономическая целесообразность (соотношение затрат и планируемых результатов);
6. Устойчивость и тиражируемость проекта (возможность продолжения деятельности в случае окончания финансирования из бюджета Университета, возможность реализовать проект на другой площадке – филиалы, регионы и т.д.);
7. Наличие опыта в реализации проектов, команда проекта;
8. Реалистичность;
9. Целевая аудитория проекта и масштабность (количество вовлеченных участников).