

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

**о проведении I Региональной заочной олимпиады**

**по общественным коммуникациям среди школьников**

**«PR-Олимп-2017»**

**Уважаемые представители администрации школы и учителя!**

 В рамках системы выявления талантливых школьников, способных проявить определенные знания и навыки в сфере рекламы и связей с общественностью (PR), кафедра рекламы и рекламы и связей с общественностью филологического факультета ФГАОУ ВО «Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова» проводит Олимпиаду по общественным коммуникациям среди школьников «PR-Олимп-2017».

 Приглашаем учащихся Вашего учебного заведения принять участие в Олимпиаде по общественным коммуникациям среди школьников «PR-Олимп-2017».

 Олимпиада проводится в один **заочный** этап **с 27 марта 2017 г. по 25 апреля 2017 г.**

 Участие в Олимпиаде школьников по психологии **БЕСПЛАТНОЕ.**

**Победа в Олимпиаде включена Центральной приемной комиссией СВФУ в Перечень мероприятий индивидуальных достижений по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью».** В случае поступления на обучение в СВФУ им. М.К.Аммосова по направлению подготовки 42.03.01.«Реклама и связи с общественностью» **победитель** Олимпиады получает **3** дополнительных балла к имеющимся баллам по результатам ЕГЭ, **призеры** получают **1** дополнительный балл к имеющимся баллам по результатам ЕГЭ.

 Анкета участника приведена в Приложении 1. к данному информационному письму. Задания Олимпиады приведены в Приложении 2.

Положение Олимпиады приведено в Приложении 3.

***Выполненные задания участники отправляют до 25 апреля 2017 г.(включительно) по адресам электронной почты:*** ***Kafedra\_prykt@mail.ru*** ***или*** ***Chinnova-n@mail.ru***

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1.**

**Анкета участника Олимпиады I Региональной заочной олимпиады**

**по общественным коммуникациям среди школьников**

**«PR-Олимп-2017»**

|  |  |
| --- | --- |
| **ФИО участника** |  |
| Место и класс обучения |  |
| E-mail участника |  |
| Контактный телефон |  |
| **ФИО научного руководителя** |  |
| Место работы и должность научного руководителя  |  |

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

***Задания для предметной Олимпиады***

 ***«PR-Олимп – 2017»***

 ***(Всего 11 творческих заданий: 5 - по рекламе, 3 – по социальной реклме,***

***3 – по PR)***

***Блок № 1: каждое задание оценивается по шкале от 1 до 5баллов.***

 ***Блок № 2 : каждое задание оценивается по шкале от 1 до10 баллов.***

 ***Блок № 3: каждое задание оценивается по шкале от 1 до 10 баллов.***

***Итого:*** *максимальное количество возможных набранных баллов* ***– 85 баллов.***

***Координатор олимпиады: Чиннова Наталья Викторовна, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью(PR)***

***Тел.: 8924 1676865***

***Выполненные задания отправить до 25 апреля 2017 г.(включительно) по адресу электронной почты:*** ***Kafedra\_prykt@mail.ru*** ***или Chinnova-n@mail.ru***

***БЛОК № 1.***

 **Задания по рекламе**

1. В соответствии с Федеральным законом «О рекламе» какой из этих товаров нельзя рекламировать?

А. Б.  В. 

1. **Как Вы думаете: какой из этих слоганов является частью политической рекламы и почему?**

А. «Управляй мечтой»;

Б. «Потому что Вы этого достойны»;

В. «Будущее за нами».

**3. Кто из политиков** принял участие в съемке второго клипа **Айаала Zloy\_Mambet Адамова** «Ункуулээ буппэккэ» на композицию певицы Taylor Swift «Shake it»?

**4. Какая марка сотовых** телефонов рекламируется в фильме «Сотовый» с участием Криса Эванса, Ким Бэсинджер, Дэвида Стэтхэма итд?

**5.Задание по рекламе:**

Когда рекламодатель принимает решение о содержании рекламного обращения, он должен определить, какой тип обращения произведет желамый эффект.

Приведите примеры и проанализируйте рекламу в СМИ содержащую, рациональные, эмоциональные и моральные призывы, при этом в рекламируемых товарах или услугах должны выделять следующие свойства:

* качество;
* экономичность;

### страх;

* юмор;
* сочувствие.

Объясните, почему на Ваш взгляд рекламисты выбрали тот или иной призыв?

Согласны ли Вы с его решением?

БЛОК № 2

ЗАДАНИЕ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ.

Социальная реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (ст.18 Закон Российской Федерации о рекламе, 2006г.).

Термин «социальная реклама» в его современном понимании появился в США в начале XX в. Тогда появление рекламы, которая в отличие от известной коммерческой рекламы не ставила своей целью побудить предпринять какой-либо действие или купить товар, а призывала изменить отношение к той или иной проблеме, вызывало переворот в понимании рекламы в целом.

Основное отличие социальной рекламы от коммерческой заключается в цели. В то время как коммерческие рекламодатели стимулируют благожелательное отношение к тому, или иному товару или рост его продаж, цель социальной рекламы заключается в привлечении внимания к общественному явлению.

Основным источником появления социальной рекламы является общественная жизнь, которая изобилует конфликтными ситуациями и противостоянием на уровне социальных групп и поэтому остро нуждается в созидательных стимулах и процессах.

Задачи социальной рекламы

* формирование общественного мнения,
* привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни,
* активизация действий по их решению,
* формирование позитивного отношения к государственным структурам,
* демонстрация социальной ответственности бизнеса,
* укрепление социально значимых институтов гражданского общества,
* формирование новых типов общественных отношений,
* изменение поведенческой модели общества.

Основным источником появления социальной рекламы является современная общественная жизнь, которая изобилует конфликтными ситуациями и противостоянием на уровне социальных групп и поэтому остро нуждается в созидательных стимулах и процессах.

Основная тематика (зарубежный и отечественный опыт)

 - Безопасность жизнедеятельности города/в городе (экология города, профилактика преступности, дорожно-транспортные проблемы, развитие городской инфраструктуры, проблемы бездомных и беженцев, борьба с мусором и т.д.).

- Проблемы достижения равных прав и социальных гарантий (права женщин, пожилых людей, профилактика семейного насилия, толерантное отношение к инвалидам, развитие системы социального страхования от экологических рисков, усыновление детей, оставшихся без попечения родителей и т.д.).

- Экологические проблемы (радиационная, химическая безопасность, пропаганда идей рационального природопользования, сосуществование людей и животных в условиях современной городской среды, защита диких животных от уничтожения и т.д.).

- Тенденции развития общества (образование, перемены в обществе, бизнес, финансы, страхование, здравоохранение, выплата налогов, планирование семьи, молодежь 21 века и общечеловеческие ценности и т.д.).

Социальная реклама использует тот же набор инструментов, что и коммерческая: телевизионные ролики, печатная, уличная, транспортная реклама и т.д.

Во всем мире социальная реклама – важная составляющая мировоззрения и нравственного здоровья общества!

**ВАШЕ ЗАДАНИЕ.**

1. Найдите и опишите социальную рекламу, затрагивающую важную проблему для жителей вашего поселка, города или Российской Федерации в целом. Укажите, какими средствами достигается воздействие этой рекламы на потребителя (яркий рекламный образ, эмоциональный призыв, насыщенные или контрастные цвета оформления, использование образа известного человека, размер рекламного сообщения для печатной рекламы или время трансляции для видео-/аудио рекламы и т.д. )
2. Напишите эссе, чтобы дать характеристику проблеме, решению которой посвящено анализируемое Вами рекламное сообщение социального характера. Подумайте, какими еще средствами можно и нужно ее решать (объем эссе 1 страница А4)
3. Придумайте и опишите собственную социальную рекламу по этой проблеме. Определите, на какую групп лиц (целевая аудитория) будет направлена Ваша реклама. По возможности, создайте зрительный образ.

Все поданные работы не должны противоречить действующему законодательству Российской Федерации и условиям настоящего Положения.

Сайты по социальной рекламе, которые можно использовать в подготовительной части работы.

* <https://www.adme.ru/>
* <http://www.socreklama.ru/>
* <http://www.1soc.ru/>
* <http://www.soclaboratory.ru/lab/>

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТ по социальной рекламе

актуальность:

* насколько тема работы актуальна на сегодняшний день;

эффективность:

* понятность содержания социальной рекламы для всего населения, в том числе для конкретной категории, на которую она ориентирована;
* насколько отражены в работе пути решения, обозначенной проблемы;
* насколько реклама подвигает к действию;
* эстетическая привлекательность;

эмоциональное воздействие:

* степень эмоционального и воспитательного воздействия соц. рекламы на население;
* насколько работа стимулирует возникновение у людей образов, эмоций, вызывающих интерес и желание к позитивным действиям;

креативность:

* оригинальность творческого подхода, использование в работе новых и убедительных форм и методов работы;
* новизна и идей и оригинальность их воплощения в работах участников конкурса;

Дополнительные баллы начисляются за художественный уровень работы:

* соответствие формы (техники исполнения) содержанию работы;
* качество исполнения работы;
* грамотность композиционного решения.

ИНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

* Организаторы олимпиады оставляют за собой право использовать присланные работы в некоммерческих целях (репродуцировать работы в методических и информационных изданиях, каталогах, для трансляции по телевидению, полностью либо часть произведения, использовать в учебных целях) в случаях и порядке, предусмотренном законодательством об авторском праве.

БЛОК № 3

**Задание по связям с общественностью (PR)**

**1.Кейс-задание:**

1. Необходимо предложить основные положения концепции проведения коммуникационной кампании, направленной на профилактику детской и подростковой жестокости в РС (Я).

Решение может содержать:

- обоснование целевых аудиторий, ключевые сообщения, образы, слоганы, мотивацию для привлечения потенциальных участников программы, тайминг, бюджет, инструментарий измерения эффективности, способы проведения исследований, коммуникационные каналы, описание элементов кампании.

**2. Задание по проекту:**

Разработайте тему проекта или по связям с общественностью, сформулируйте цель проекта и проблему, которую предполагаете решить в ходе своей работы. Какие учебные материалы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» Вы предполагается задействовать для решения указанной проблемы в проекте. Необходимо также учесть каким образом результаты проекта могут быть оформлены, какую практическую и теоретическую значимость может иметь, в какой области может быть применен.

**3.Задание.**

 **Утверждения**

**Задание: Прочитайте следующие утверждения, согласны ли Вы с ними (да или нет), дайте подробный комментарий своему ответу.**

1. У PR только три функции в обществе
2. Посредническая функция PR – одна из доминирующих в PR-деятельности.
3. PR-кампания начинается с организации различных PR-мероприятий.

**ПРИЛОЖЕНИЕ *3.***

**** Положение**

**о порядке проведения I Региональной заочной олимпиады**

**по общественным коммуникациям среди школьников «PR-Олимп-2017»**

**I. Общие положения**

1.1. Организатором Олимпиады является кафедра рекламы и связей с общественностью (PR) филологического факультета ФГАОУ ВО «Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова»

1.2. Настоящее положение об олимпиаде «PR-Олимп-2017» кафедры рекламы и связей с общественностью (PR) филологического факультета ФГАОУ ВО «Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова» (далее Олимпиада) определяет порядок организации и проведения Олимпиады, ее организационно и методическое обеспечение, порядок участия и определение победителей.

1.3. **Победа в Олимпиаде включена Центральной приемной комиссией СВФУ в Перечень мероприятий индивидуальных достижений по направлению подготовки 42.03.01.«Реклама и связи с общественностью».**

1.4. Олимпиада проводится в рамках Всероссийского фестиваля «Дни PR в Якутии-2017», который состоится июне 2017 года в г. Якутске Республики Саха (Якутия).

1.5.Основными целями и задачами Олимпиады является выявление талантливых школьников, способных проявить определенные знания и навыки в сфере рекламы и PR, стимулирование творческой активности учащихся старших классов и пропаганда научных знаний в области связей с общественностью и рекламы.

1.6. Участниками Олимпиады являются учащиеся средних образовательных учреждений и студенты ссузов

5. Олимпиада предполагает выполнение предложенных творческих заданий.

**II. Порядок организации и проведения Олимпиады.**

2.1.    Олимпиада проводится ежегодно (заочно) в один этап **с 27 марта 2017 г. по 25 апреля 2017 г.**

2.2. Сроки проверки выполненных заданий и выявление победителя и призеров Олимпиады: с 26 апреля 2017 г. по 07 мая 2017 г.

2.3.    Рассмотрение апелляций на результаты работ не предусматриваются.

**III. Организационно-методическое обеспечение Олимпиады.**

3.1.    Состав Оргкомитета формируется из членов профессорско-преподавательского кафедры рекламы и связей с общественностью (PR) филологического факультета ФГАОУ ВО «Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова»

3.2.    Оргкомитет Олимпиады решает следующие задачи:

       определяет форму проведения Олимпиады;

       обеспечивает регистрацию участников Олимпиады;

       утверждает состав победителей и призеров Олимпиады (оформляется протоколом);

       рассматривает  конфликтные  ситуации,  возникшие  при  проведении Олимпиады;

        организует подготовку дипломов и их вручение;

3.3.    Оргкомитет формирует методическую комиссию Олимпиады.

Методическая комиссия решает следующие задачи:

        разрабатывает тексты заданий для Олимпиады;

        вносит предложения по вопросам, связанным с совершенствованием организации проведения и методического обеспечения Олимпиады.

3.4. Оргкомитет формирует жюри по предметам. Жюри обеспечивает:

       проведение Олимпиады;

      проводит проверку письменных работ и представляет для утверждения в Оргкомитет список победителей и призеров Олимпиады.

3.5.    В состав жюри включаются члены профессорско-преподавательского кафедры рекламы и связей с общественностью (PR) филологического факультета ФГАОУ ВПО «Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова»

 **IV. Права участников, победителей и призеров Олимпиады.**

4.1.  Победителями и призерами считаются участники Олимпиады,
награжденные дипломами 1, 2 и 3 степени.

4.2.   Победителям и призерам Олимпиады вручаются
дипломы 1, 2 и 3 степени.

**4.3. В случае поступления на обучение в СВФУ им. М.К.Аммосова по направлению подготовки 42.03.01.«Реклама и связи с общественностью» победитель Олимпиады получает 3 дополнительных балла к имеющимся баллам по результатам ЕГЭ, призеры получают 1 дополнительный балл к имеющимся баллам по результатам ЕГЭ.**