

## ПОЛОЖЕНИЕ

### о Конкурсе информационных проектов (кампаний) для некоммерческих организаций и гражданских инициативных групп 2016 – 2017 гг.

Конкурс информационных проектов (кампаний) для некоммерческих организаций, гражданских инициативных групп - «Социально активные медиа. Татарстан» проводится в рамках Программы «Социально активные медиа», реализуемой Фондом поддержки и развития филантропии «КАФ» при поддержке Министерства экономического развития РФ.

Настоящее Положение определяет цель, условия и порядок проведения Конкурса информационных проектов в продвижении социально-значимых инициатив некоммерческих организаций и инициативных групп, его организационно-методическое обеспечение, условия участия и определения победителей.

**Организатор регионального Конкурса** – Городской центр образования г. Казань.

#### 1. Общие положения

**Цель конкурса** – выявить и поддержать лучшие проекты продвижения социально значимых инициатив некоммерческих организаций и гражданских активистов, повысить информированность общественности о деятельности некоммерческих организаций (НКО), о значимых социальных проблемах и возможностях участия граждан в их решении. Все участники конкурса смогут принять участие в семинарах и коммуникативных площадках, позволяющих разработать рекламные материалы для своей организации, получить консультации специалистов – PR, дизайнеров и журналистов. Лучшим проектам представится возможность безвозмездного продвижения в информационном пространстве и профессиональная доработка рекламных материалов.

Общую подготовку и проведение Конкурса осуществляет **Организационная группа**, в состав которой входят специалисты ГЦО, эксперты в области социальной рекламы, представители рекламных агентств и СМИ – партнеры проекта.

Официальный Интернет-ресурс Конкурса <http://qcov-kazan.ru/> (далее сайт Конкурса).

## 2. Условия участия в конкурсе

К участию в Конкурсе приглашаются некоммерческие организации, общественные организации, фонды, органы территориального общественного самоуправления, гражданские активисты и инициативные группы, осуществляющие свою деятельность в Республике Татарстан. Не допускаются к участию в Конкурсе государственные и/или муниципальные учреждения, политические и религиозные организации, а также юридические лица, успешно осуществляющие самостоятельную рекламную деятельность.

В рамках конкурса будут рассматриваться проекты, которые требуют доработки рекламных материалов (брифы, сценарии, творческие идеи) и проекты с уже готовыми материалами.

В период подготовки конкурсных заявок все участники приглашаются на бесплатные семинары и мастер-классы по социальной рекламе, ее продвижению и оценке эффективности, а также на коммуникативные площадки – встречи с PR-специалистами, дизайнерами и журналистами – для консультаций и доработки заявок.

Победители конкурса получают безвозмездную помощь партнеров Программы в профессиональной доработке рекламных материалов и размещении своего информационного проекта (кампании) на партнерских рекламных площадях.

Денежные средства участникам в рамках данного конкурса **не предоставляются**.

### Основная направленность конкурсных проектов и идей:

- фандрайзинг на основную деятельность НКО;
- разовая фандрайзинговая кампания;
- привлечение волонтеров;
- реклама сервисов и услуг (горячие линии, консультации и т.д.), в том числе социальные услуги, предлагаемые НКО населению;
- реклама НКО (направленность на узнаваемость бренда);
- призывы к социальной активности («Сдай кровь!» или «Усынови ребенка!»);

- информационные сообщения, направленные на изменение общественного мнения относительно событий, людей или групп граждан (например: беженцы или люди с ограниченными возможностями).

Конкурсные материалы принимаются на русском или татарском языках, если есть возможность адекватного перевода на оба языка, то в двух вариантах. Предоставление на конкурс творческих работ предполагает согласие авторов (получение согласия правообладателя) на использование представленных работ и персональной информации об авторах (правообладателях), как участников конкурса; распространение информации об итогах конкурса для анонсирования новых конкурсов социальной рекламы в информационных материалах организаторов и партнеров конкурса. В случае предъявления требований, претензий и исков третьих лиц, в том числе обладателей авторских и смежных прав на представленную на конкурс работу, участник конкурса обязуется разрешать их от своего имени и за свой счет.

В Конкурсе участвуют заявки, соответствующие требованиям настоящего Положения, заполненные по форме *Приложения 1* и содержащие все документы, входящие в комплект Заявки.

Форма заявки со всеми заполненными разделами, а также приложения к заявке предоставляется в печатном и электронном виде.

Заявки, не соответствующие указанным требованиям, отклоняются. Материалы, присланные на Конкурс (заявки и комплекты документов, диски), не рецензируются и не возвращаются.

Не выигравшая в конкурсе заявка может быть подана на последующие конкурсы в доработанном виде, с учетом поправок экспертов.

### **3. Сроки проведения конкурса**

<b>1-й тур конкурса:</b>	Прием заявок – с 30 мая по 10 июля 2016 года	Подведение итогов – до 20 июля 2016 года
<b>2-й тур конкурса:</b>	Прием заявок – с 26 декабря 2016 г по 26 января 2017 года	Подведение итогов – до 20 февраля 2017 года
<b>3-й тур конкурса:</b>	Прием заявок – с 10 по 30 мая 2017 года	Подведение итогов – до 10 июня 2017 года

#### **4. Организационная группа**

Конкурсная комиссия – это коллегиальный орган, созданный на время проведения Конкурса для его организации и координации экспертизы проектов.

Конкурсная комиссия формируется из специалистов ГЦО, экспертов в области социальной рекламы, представителей СМИ - партнеров проекта и СО НКО.

Задачи Организационной группы – проведение Конкурса в соответствии с Положением, осуществление взаимосвязи Координационного совета и экспертов, а также исполнение решений Координационного совета.

Протокол Координационного совета о победителях публикуется Организационной группой на официальном сайте Конкурса.

#### **5. Координационный Совет**

Координационный Совет - это коллегиальный орган управления проектом. В Координационный совет (по согласованию) входят представители ОП РТ, профильных министерств, Татмедиа, Союза журналистов и Союза кинематографистов, ВУЗов и успешных некоммерческих организаций. Координационный совет утверждает состав экспертов, определяет приоритетную тематику и актуальные направления конкурса. Координационный совет утверждает победителей конкурса и оказывает поддержку в проведении рекламной кампаний проектов-победителей.

#### **6. Критерии оценки заявок, поданных на конкурс и определение победителей.**

##### **6.1 Критерии оценки проектов:**

- миссия или социальная значимость, качество предоставляемых услуг и список достижений заявителя;
- оценка существующих у заявителя маркетинговых материалов;
- цели информационной кампании - *в чем будет заключаться общественная польза? какой цели требуется достичь? возможно ли достижение цели, учитывая имеющиеся ресурсы?*
- обратная связь - *легко ли откликнуться на призыв информационного обращения, воспользоваться освещаемой услугой?*
- возможности - *способны ли заявители справиться с растущим запросом или эффективно распорядиться собранными средствами?*

- уровень проработки предложенного брифа, сценария и идеи, слогана
- результаты - *реалистичны ли ожидания? возможно ли измерить результаты и планирует ли заявитель измерять их?*

## 6.2 Определение победителей

Заявки, поступившие на конкурс, рассматриваются по мере поступления.

1. Предварительный отбор заявок проводит Организационная группа, по следующим характеристикам:

- надлежащее оформление заявки, т.е. в соответствии с требованиями настоящего положения;
- соответствие целей проектов условиям Конкурса и уставной деятельности организации-заявителя;
- соответствие проектов целям и приоритетным направлениям Конкурса.

2. Организационная группа передает конкурсные заявки экспертам. Эксперты, из числа партнеров проекта, принимают решение в соответствии со следующими критериями оценки проектов:

- социальная значимость и востребованность деятельности НКО в целом;
- значимость и достижимость результатов проекта;
- оригинальность идеи проекта (творческого решения);
- наличие конкретных измеримых целей и алгоритма оценки результатов рекламной кампании;
- специфичность и конкретность призыва, наличие механизмов сбора средств или участия.

3. Координационный совет утверждает победителей, выбранных экспертами, и вносит предложения по проведению рекламной кампании данного проекта.

4. Итоги конкурсного отбора подводятся в течении трех недель с момента окончания приема заявок. Итоги конкурса публикуются на сайте Конкурса.

Организации/лица, направившие заявки для участия в Конкурсе, будут уведомлены о результатах конкурса в письменной форме в течение одной недели после объявления его итогов. В течение двух недель после объявления итогов конкурса с его победителями будут оформлены отношения по предоставлению права её размещения и разработку креативного продукта. По окончании срока информационной кампании Победители конкурса обязуются предоставить в

Городской центр образования отчет о ее результатах и использовании полученных ресурсов.

Организационная группа имеет право предложить финалистам Конкурса внести изменения в медиа-план проектов, сроки их реализации и в другие условия. Данные предложения обсуждаются с руководителем проекта. В случае невозможности согласования изменений, заявка прекращает участие в Конкурсе.

### **6.3 Подведение итогов конкурса**

Лучшие творческие проекты (сценарии и эскизы) получают право на профессиональную доработку (профессиональный дизайн и печать, студийная аудиозапись, съемка и монтаж видеоролика) за счет средств организаторов конкурса с последующим размещением в числе готовых работ – победителей конкурса.

Лучшие готовые работы получают право на бесплатное размещение в информационном пространстве региона на площадях партнеров регионального проекта социальной рекламы:

**победители 1 тура** – в период с августа по октябрь 2016 года,

**победители 2 тура** – в период с февраля по март 2017 года,

**победители 3 тура** – в период с июня по август 2017 года

Заявки для участия в Конкурсе принимаются по адресу: 420012, Казань, ул. Муштари, 13, Городской центр образования, каб. 135, с пометкой: *«на конкурс социальной рекламы в рамках проекта «Социально-активные медиа»* до 17:00 часов последнего дня приема заявок.

Вопросы по конкурсу и консультацию по оформлению заявки можно получить по электронной почте: [gscoy@bk.ru](mailto:gscoy@bk.ru) или по телефону +7 (843) 294 83 31. Менеджер проекта - Семченко Татьяна Олеговна