



ПОЛОЖЕНИЕ о творческом конкурсе «Brand Education»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о творческом конкурсе по созданию элементов фирменного стиля образовательного учреждения «Brand Education» (далее – Положение) определяет условия, порядок организации и проведения творческого конкурса «Brand Education: от зеленой кафедры – к зеленому вузу» (далее – конкурс), организованного кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента Института маркетинга федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный университет управления» (далее – ГУУ).

1.2. Положение разработано в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», действующими Федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования, а также локальными нормативными актами ГУУ.

1.3. Организатором Конкурса является Институт маркетинга ГУУ, кафедра маркетинга услуг и бренд-менеджмента.

1.4. Конкурс проходит с 9 марта 2021 г. по 22 апреля 2021 года.

1.5. Творческий конкурс «Brand Education: от зеленой кафедры – к зеленому вузу» – это индивидуальное либо групповое (в командах численностью не более 3-х человек с обязательным научным руководителем) соревнование, в котором участникам предоставляется возможность продемонстрировать и углубить свои знания в области формирования и развития системы корпоративной идентификации образовательных учреждений.

1.6. Основными принципами Конкурса являются информативность, открытость, прозрачность и равенство условий для всех участников.

1.7. Информация о Конкурсе размещается:

- в новостной ленте официального сайта ГУУ;
- на сайте и в аккаунтах в социальных сетях Института маркетинга и кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ.

1.8. Конкурс носит публичный характер и проводится на условиях открытости и гласности. Участие в Конкурсе является бесплатным.



1.9. В Конкурсе могут принять участие студенты всех образовательных программ и форм обучения образовательных учреждений высшего образования вне зависимости от курса обучения, осваивающие образовательные программы бакалавриата, специалитета или магистратуры.

2. Цели и задачи Конкурса

2.1. Цель Конкурса – выявление талантливой молодежи, совершенствование ее профессиональных умений и навыков, содействие повышению маркетинговых и управленческих компетенций участников, формирование и укрепление их идентификации с брендом своего университета.

2.2. Основными задачами Конкурса являются:

- выявление талантливых студентов образовательных учреждений высшего образования, содействие их профессиональному становлению и развитию, освоению управленческих и маркетинговых компетенций;
- создание условий для творческой самореализации студентов, стимулирование их к созидательной деятельности;
- содействие приобретению студентами профессионального опыта, необходимого для успешного карьерного старта и формирования устойчивых карьерных траекторий;
- поддержка и развитие молодежных инициатив в рамках организации и проведения внеучебной и воспитательной работы в образовательных учреждениях высшего образования;
- вовлечение студентов во взаимодействие с брендом своего университета, формирование и повышение лояльности к нему;
- отбор лучших творческих работ и идей для последующего использования их в маркетинговой и коммуникационной деятельности образовательных учреждений высшего образования (развития фирменного стиля, изготовления сувенирной продукции и др.).

3. Состав и функции жюри Конкурса

3.1. Для организационно-методического обеспечения проведения Конкурса создается жюри конкурса.

3.2. Состав и функции жюри.

Состав жюри:

Председатель жюри – директор Института маркетинга ГУУ.



Члены жюри:

- представители Института маркетинга ГУУ;
- руководитель и ведущие преподаватели кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента института маркетинга ГУУ;
- представители предприятий – индустриальных партнеров Института маркетинга ГУУ.

Жюри Конкурса:

- обеспечивает непосредственное проведение Конкурса, определяет порядок, график и место проведения Конкурса;
- осуществляет взаимодействие с участниками Конкурса;
- распространяет информацию о проведении Конкурса;
- проводит оценку выполненных заданий и подводит итоги Конкурса;
- осуществляет оформление и учет дипломов победителей Конкурса;
- готовит проект приказа, утверждающего списки победителей Конкурса;
- рассматривает конфликтные ситуации;
- объявляет и награждает победителей Конкурса;
- осуществляет иные функции в соответствии с данным Положением.

4. Порядок и сроки проведения Конкурса

4.1. Конкурс проводится в период с 9 марта 2021 года по 19 апреля 2021 года в два этапа: отборочный и заключительный.

4.2. Первый этап Конкурса (далее – первый этап) носит отборочный характер и проводится в заочной форме с одновременным размещением проектов на информационных ресурсах Института маркетинга ГУУ.

4.2.1. Цель первого этапа – отбор проектных работ для дальнейшего участия в Конкурсе.

4.2.2. Сроки проведения первого этапа – с 9 марта 2021 года по 11 апреля 2021 года.

4.2.3. Для участия в первом этапе Конкурса участники должны заполнить форму для регистрации и в установленном порядке прислать конкурсный проект на почту до 00.00 11 апреля 2021 года. Участники Конкурса могут выбрать одно направление или подготовить комплексную работу.

4.2.4. Проверка и оценивание проектных работ участников Конкурса осуществляет жюри Конкурса. Каждый проект оценивается пятью экспертами.



По сумме набранных баллов формируется рейтинг участников – победителей первого этапа.

4.2.5. Проверка конкурсных работ и предоставление отчета о победителях заочного этапа завершается 11 апреля 2021 г.

4.2.6. Жюри отбирает лучшие проекты и не позднее 12 апреля объявляет результаты отборочного тура, опубликованные на сайте ИМ ГУУ

4.3. Второй, заключительный этап Конкурса (далее – второй этап) проводится в очной форме, с возможностью подключения в онлайн-режиме.

4.3.1. Второй этап конкурса проводится на площадках Института маркетинга ГУУ.

4.3.2. Сроки проведения второго этапа – с 12 апреля 2021 года по 22 апреля 2021 года.

4.3.3. К участию во втором этапе допускаются победители первого этапа Конкурса.

4.3.4. В рамках второго этапа проводится публичная презентация и защита участниками Конкурса своих проектных работ. На выступление и защиту каждого конкурсного проекта отводится до 10 минут.

4.3.5. Жюри очного этапа оценивает конкурсантов и не позднее 22 апреля 2021 года объявляет победителей в каждой номинации.

5. Основные номинации Конкурса

Направление 1 «Продвижение бренда образовательного учреждения высшего образования» предполагает подготовку проектов создания элементов платформы бренда, а также проектов по его поддержке и продвижению. На Конкурс принимаются проекты, выполненные индивидуально или в составе групп (не более 3 человек с обязательным научным руководителем) по одной из следующих номинаций:

– медиа-активности – продвижение бренда образовательного учреждения высшего образования через социальные сети и интернет-ресурсы: размещение пресс-релизов, пост-релизов, ведение странички проекта в социальных сетях Vkontakte, Instagram, Facebook и др.;

– телевизионная активность – видеоролики о проекте в процессе его реализации;

– рекламная активность – размещение баннеров, афиш на стендах ВУЗа, распространение листовок, лифлетов и т.п.;



– PR-активность – использование СМИ, PR-проекты, позиционирование вуза в сети интернет, профориентационная работа, личные контакты с целевой аудиторией и т.д.

Направление 2 «Социальное предпринимательство» объединяет следующие номинации:

– гражданские и социальные инициативы, социально-значимые молодежные проекты, экологические и социальные проекты в университете, проекты по развитию добровольчества, волонтерские инициативы и т.д.;

– экологические проекты;

– интернет-стартапы, направленные на решение задач университета: развитие Интернет-платформы образовательного учреждения с учетом общей тематики конкурса;

– бизнес-проекты.

Направление 2 «Инициативы года» объединяет следующие номинации:

– Проект по продвижению конкурса Brand Education на российском рынке».

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

6. Порядок регистрации участников и требования к оформлению конкурсных работ

6.1. Для участия в Конкурсе необходимо:

6.1.1. Пройти онлайн-регистрацию по ссылке: [заявка на конкурс Brand Education \(google.com\)](http://zayavka.brandeducation.ru)

6.1.2. Выслать на адрес konkursbrendim@gmail.com (тема письма: Конкурс_ *Название команды/ФИО*): конкурсную работу в электронном виде и заявление о согласии на обработку персональных данных, для команды – индивидуально для каждого участника (скан или фото). Шаблон заявления: <https://drive.google.com/file/d/1tIW9-x0a1YeE9JABpLOjqNKn51x9gK8o/view?usp=sharing>

6.2. Требования к оформлению конкурсных работ:

6.2.1. В электронном варианте конкурсные работы, анкеты участников, заявление должны быть в отдельных файлах. В названии файла необходимо указать название команды и слова «Конкурсный проект», «Заявление» (например. Симонов_Конкурсный проект; Симонов_Заявление и т.п.).

5.2.2. Допустимо использование-архиваторов (ZIP, RAR).

6.3. Обязательными элементами презентации проекта являются:



- титульный лист;
- презентация команды или персонального участника (фото);
- цель и задачи проекта;
- исследование действующих носителей фирменного стиля образовательного учреждения;
- исследование передового опыта в выбранном направлении;
- проект (макет и т.д.);
- предложения по использованию конкурсного проекта.

7. Критерии оценки конкурсных работ

Основными критериями оценки конкурсных работ являются:

- актуальность проекта;
- целевая аудитория и масштабность проекта (количество вовлеченных участников).
 - степень полезности проекта для образовательного учреждения высшего образования;
 - реалистичность конкурсного проекта;
 - наличие конкретных и значимых результатов проекта;
 - соответствие конкурсного проекта этическим ценностям и критериям эко-продукции;
 - экономическая целесообразность (соотношение затрат и планируемых результатов);
 - устойчивость и тиражируемость проекта (возможность продолжения проекта в случае прекращения финансирования из бюджета университета, возможность реализовать проект на другой площадке – филиалы, регионы и т.д.);
 - наличие опыта в реализации проектов, опыт команды проекта и др.

8. Подведение итогов Конкурса

8.1. Участники Конкурса награждаются, в зависимости от продемонстрированных результатов, дипломами победителей, призеров, лауреатов или сертификатами участников Конкурса.

8.2. Научные руководители конкурсных работ награждаются (по запросу) дипломами за подготовку участников Конкурса.