

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет»
(Астраханский государственный университет)**

Утверждено приказом

№ 00104310

от 15.03.2018

**Положение
о проведении открытого конкурса студенческих дизайн-
проектов по созданию брендбука
Астраханского государственного университета**

I. Общие положения

1.1. Настоящее положение определяет статус, цели, задачи открытого конкурса студенческих дизайн-проектов по созданию брендбука (логотипа, слогана, фирменного цвета) Астраханского государственного университета (далее – Конкурс), порядок и условия его проведения.

1.2. Организатором Конкурса является Астраханский государственный университет.

1.3. Конкурс имеет открытый характер и направлен на вовлечение обучающихся в создание и продвижение нового имиджа университета, стимулирование и поддержку творческих инициатив студентов, накопления ими опыта участия в творческих конкурсных программах, развитие навыков работы в командах и реализации проектной деятельности.

1.4. Тема Конкурса – «Разработка дизайн-проекта брендбука Астраханского государственного университета».

1.5. Сроки проведения конкурса с 15.03.2018 г. по 15.05.2018 г.

1.6. Регистрация участников конкурса осуществляется на основе заявки, которая подается в оргкомитет не позднее 21.04.2018 г. Форма заявки представлена в Приложении 1.

1.7. Организационную и информационную поддержку конкурса осуществляет объединенный совет обучающихся и Дирекция официального интернет-портала АГУ.

II. Цель и задачи конкурса

2.1. Целью проведения конкурса является стимулирование творческой и исследовательской активности студентов, ориентированной на вовлечение обучающихся в развитие и продвижение нового имиджа университета, как инновационного, научно-образовательного центра Юга России; формирование новых механизмов реализации и внедрения идей и проектов талантливой молодёжи.

2.2. Задачи:

- создание условий для раскрытия и реализации профессиональных способностей и творческого потенциала обучающихся;
- выявление и поддержка наиболее перспективных творческих дизайн-проектов по созданию брендбука университета;
- систематизация всех идеологических элементов бренда, создание комплексной сформированной картины бренда, а также подробных рекомендаций по его использованию с целью формирования целостного восприятия бренда университета потребителями.

III. Порядок и условия проведения конкурса

3.1. Конкурс направлен на создание лучшей концепции бренда Астраханского государственного университета (атрибуты бренда, целевые аудитории, позиционирование вуза и пр.) для эффективного построения коммуникаций с потребителями и развития университета в целом. Представленные на конкурс материалы должны содержать полное руководство по фирменному стилю, которое включает в себя подробное описание использования каждого фирменного элемента на различных носителях, как рекламных, так и корпоративных.

3.2. Требования и критерии оценки конкурсных работ по каждой из номинаций представлены в Приложении 2.

3.3. Для проверки и оценки творческих работ студентов создается экспертный совет конкурса. Экспертный совет:

- оценивает представленные на конкурс работы в соответствии с утвержденными критериями;
- определяет три лучшие работы, а также наиболее отличившихся участников конкурса;
- проводит качественный анализ результатов конкурса;
- дает рекомендации на поощрение участников и организаторов конкурса.

3.4. Конкурс проводится в три этапа:

Первый этап: с 15.03.2018 г. по 20.04.2018 г. предоставление конкурсных работ Организатору.

Второй этап: с 21.04.2018 г. по 01.05.2018 г. – обсуждение представленных работ Экспертной комиссией.

Третий этап: с 02.05.2018 г. по 15.05.2018 г. - подведение итогов Конкурса путем голосования на Интернет-портале АГУ <http://asu.edu.ru/> за три лучшие работы участников, выбранных Экспертным советом.

Проекты, представленные позднее 21.04.2018 г., к участию в конкурсе не допускаются.

IV. Условия участия в конкурсе

4.1. В Конкурсе могут принять участие обучающиеся Астраханского государственного университета всех направлений и уровней подготовки. Форма обучения значения не имеет.

4.2. Конкурс является открытым по составу участников, ограничений по участию не предусмотрено.

4.3. Конкурсная работа может быть коллективной или индивидуальной. Конкурсная работа должна соответствовать техническому заданию (Приложение № 3). Не соответствующая настоящему Положению конкурсная работа для участия в конкурсе не принимается.

4.4. Количество представленных на Конкурс работ не ограничивается.

4.5. Для участия в конкурсе необходимо представить:

- конкурсную работу, представляющую собой эскиз, макет, рисунок, чертеж, графические элементы в электронной форме (формат: jpeg, jpg, png, tif, cdr, pdf) или в распечатанном (нарисованном) виде;
- пояснительную записку в свободной форме с текстовым описанием, поясняющим идею и концепцию предложенного бренда и фирменного стиля, значение используемых символов, обоснование идеи (не более 1 стр. формата А4).

4.6. В конкурсных работах не допускается использование уже имеющихся брендов, логотипов, запатентованных знаков. Конкурсная работа должна удовлетворять требованиям части 4 Гражданского кодекса РФ, быть оригинальной и не должна воспроизводить или содержать элементы работ других авторов или работ, охраняемых авторским правом без согласия правообладателя.

4.7. Работы, предоставленные на Конкурс, авторам не возвращаются.

4.8. Авторские права на использование присланных на Конкурс работ переходят к Организатору без дополнительного согласия авторов и без выплаты авторского вознаграждения.

4.9. Ограничений по использованию программ, технических средств и материалов для создания бренда нет (допускается использование технологий компьютерной графики, фотомонтажа и др.).

V. Подведение итогов конкурса

5.1. Информация об итогах Конкурса и его победителях публикуется на официальном интернет-портале Астраханского государственного университета <http://asu.edu.ru/>.

VI. Контактная информация

По всем вопросам обращаться:

- к.э.н., доценту кафедры менеджмента Смирновой Диане Шамасовне, т.89033482360, dsmirnovad@mail.ru;

- директору телевизионного медиа центра Воронцову Ивану Ивановичу, т.89171830085.

Подробная информация о конкурсе размещена на сайте АГУ, группе в ВК, Инстаграм и т.д.

Заявка на участие в конкурсе студенческих творческих работ по созданию нового бренда АГУ

Заполняется индивидуальным участником:

1. Фамилия, Имя, Отчество
2. Факультет, курс, направление подготовки
3. Контактный телефон
4. E-mail
5. Количество представленных работ
6. Название работ с указанием номинации, темы и даты создания
7. Необходимые технические средства

Заполняется коллективным участником:

1. Полное название коллективного участника (команды)
2. Состав коллективного участника (указать Ф.И.О., факультет, курс)
3. Контактное лицо от коллективного участника (лидер)
4. Контактный телефон лидера
5. E-mail лидера
6. Количество представленных работ
7. Название работ с указанием номинации и даты создания
8. Необходимые технические средства

Требования к работе:

Принимаются оформленные работы. Работы должны сопровождаться этикеткой размером 100 x 50 мм на которой указывается, автор (участник), название работы, тема, номинация.

Критерии оценки:

- ✓ композиционное решение
- ✓ авторская идея
- ✓ оригинальность
- ✓ профессиональность выполнения
- ✓ соответствие заявленной теме.

Техническое задание для участников конкурса Астраханского Государственного Университета

Конкуренция между ВУЗами усиливается. Все чаще успех высшего учебного заведения обеспечивает не столько качество или цена услуги (образовательной), сколько грамотно выстроенный маркетинг. И не последнюю роль в нем играет формирование имиджа организации в глазах потребителя.

Фирменный стиль университета – важный элемент целенаправленно создаваемого и поддерживаемого имиджа.

Качественно разработанный фирменный стиль компании может отражать в себе ее сферу деятельности, уверенность, стабильность и динамичное развитие. Он же является также частью ее деловой активности: деловую документацию, визитки сотрудники будут использовать каждый день, закрепляя образ компании в сознании клиентов.

Основными конкурентами ВУЗа выступают ведущие ВУЗы Южного Федерального Округа.

В рамках данного ТЗ студентам предлагается разработать бренд-бук университета с привязкой к Региону и его символике.

Цели работы:

- поддержка имиджа университета как ведущего вуза в регионе.
- популяризация университета среди жителей и гостей области.
- стимулирование заинтересованности власти, предприятий области и других регионов, других научных учреждений в развитии экономических и промышленных связей с вузом.

Работа должна включать:

- 1) Составление Брендбука (разработка фирменного цвета, логотипа, слогана)
- 2) Разработка рекламной кампании (различные мероприятия, акции, смета, график)
- 3) Разработка рекламной продукции [полиграфическая фирменная продукция (листовки, плакаты, буклеты, проспекты, календарь, блокнот); стандартный пакет корпоративной документации (визитки, корпоративная папка, бейдж, конверт); сувенирная продукция (фирменный пакет, ручка, значки, грамота, открытка); электронные носители информации (презентация power point, pdf, веб-баннеры, дизайн группы); наружная реклама (билборд, транспорт, униформа, выставочный стенд) прочие варианты на усмотрение, интеграция в РК]

Содержание Брендбука

1. Позиционирование

Указывается миссия бренда и предложения для клиентов, потребителей, коллег.

- демонстрируем...

- подчеркиваем...

- совершенствуем ...

2. Позиционирование. Польза бренда.

- рациональная....

-эмоциональная....

3. Позиционирование. Имиджевый слоган (с обоснованием)

4. Карта бренда. Элементы фирменного стиля.

В этом разделе рассмотрены основные правила использования элементов фирменного стиля. Также для многих форматов отдельно созданы подробные гайды с шаблонами, которые существенно облегчат работу над макетами постеров, буклетов, digital-баннеров.

- Правила написания названия университета и логотипа (название, высота и размер шрифта)

- **Логотип** университета (варианты цветного и ч\б изображения) также вариант на английском языке. Указать все параметры (высота, ширина, отступы)

- **Логотип + слоган.** (варианты цветного и ч\б изображения) также вариант на английском языке. Указать все параметры (высота, ширина, отступы)

Логотип. Комбинированный логотип. Это вариант добавления интернет сайта университета, либо телефон, либо структурного подразделения университета, либо атрибутика других компаньонов университета.

Логотип. Размещение на фоне. Здесь подразумевается размещение логотипа университета на рекламных баннерах, на постерах.

Логотип. Недопустимые варианты использования. В данном разделе указываются графические варианты и подпись к ним, как не должен выглядеть логотип, указать, что цвета запрещено менять и.т.п. (эффекты теней, свечения, объемов и.т.п.)

Логотип. Общие принципы. Прорисовка базовых элементов фирменного стиля независимо от формата, будь то макет для рекламной кампании, или сувенирная продукция.

а. Цвета. Фирменные цвета

В данном разделе указывается цветовая гамма элементов логотипа. В следующих параметрах: Pantone: CMYK: RGB: web:

Не забыть дополнительные варианты нанесения логотипа

- Черный цвет. Нанесение возможно только при условии размещения логотипа в черно-белых печатных изданиях (газеты, информационные бюллетени)
- Серый/серебряный цвет: брендинг устройств, сувенирной продукции, тиснение фольгой
- Бесцветное нанесение: гравировка, выборочный

Дополнительные цвета и запрещенные цвета.

b. Типографика. Фирменные шрифты

Указать основной шрифт только для заголовков с прорисовкой.

Дополнительных шрифтов.

c. Стиль верстки макетов. Обзор

В этом разделе нужно представить примеры макетов, которые должны использоваться в РК.

Стиль верстки макетов. ООН, Indoor, POSm