

ПОЛОЖЕНИЕ

о Международном фестивале рекламы «Лимон»

1. Настоящее Положение о Международном фестивале рекламы «Лимон» (далее – Фестиваль) определяет порядок организации, методического обеспечения и проведения Фестиваля, а также порядок участия в Фестивале и определения ее победителей.

2. Основные цели и задачи Фестиваля:

- продвижение направления «Реклама и связи с общественностью» Московского политехнического университета;

- популяризация рекламы в среде школьников как творческой профессии и перспективной области современного гуманитарного образования;

- формирование образовательной среды, объединяющей базовое, дополнительное и профильное обучение;

- развитие творческих способностей, исследовательских, организаторских навыков школьников и студентов, профессиональными интересами которых является реклама и связи с общественностью;

- формирование сообщества школьников, студентов и преподавателей средних учебных заведений, ведущих профориентацию и преподавателей высших учебных заведений по направлению «Реклама и связи с общественностью»;

- повышение престижа профессии «рекламист», как творческой и перспективной в области современного гуманитарного образования;

- разработка методик преподавания и форм практической подготовки будущих рекламистов;

- укрепление связи рекламного образования с рекламной отраслью (СМИ, рекламные агентства, рекламодатели и т.д.);

- образовательная цель;

- трудоустройство студентов на этапе обучения в целях повышения конкурентоспособности выпускников.

3. Фестиваль проводится в весеннем семестре учебного года с 10 апреля по 31 мая 2026 года.

4. Рабочим языком проведения Фестиваля является русский язык.

5. Участие в Фестивале является бесплатным.

6. Фестиваль проводится по следующим направлениям:

- история рекламы и связей с общественностью

- визуальные коммуникации (видео и анимация, скрайбинг, инфографика, плакат, web-дизайн, баннер, фото, мемы, рекламные креативы, открытки, включая анимированные, и фотоманипуляции),

- рекламное исследование,

- стартап-менеджмент.

7. Организатором Фестиваля является федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования Московский политехнический университет (далее – Университет, Организатор).

8. Организатор Фестиваля:

- в срок до 10 апреля разрабатывает, утверждает и публикует на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет») регламент проведения Фестиваля;
- формирует оргкомитет Фестиваля, методическую комиссию Фестиваля, жюри Фестиваля, апелляционную комиссию Фестиваля, утверждает их составы и полномочия;
- утверждает результаты Фестиваля и доводит их до сведения участников Фестиваля;
- выдаёт дипломы победителям и призёрам Фестиваля, сертификаты участников Фестиваля.

9. Для проведения Фестиваля создаются Оргкомитет Фестиваля, Методическая комиссия, Жюри Фестиваля. Их состав утверждается приказом Университета.

10. Методическая комиссия Фестиваля:

- разрабатывает материалы заданий;
- разрабатывает критерии и методики оценки выполнения заданий.

11. Жюри Фестиваля:

- оценивает работы, выполненные участниками Фестиваля;
- определяет кандидатуры победителей и призеров Фестиваля;
- представляет ведомость и протокол оценки работ установленного образца по каждой номинации в Оргкомитет после проведения Фестиваля.

12. Конкурс публичный открытый доступный для всех. Участниками Конкурса могут являться школьники, студенты среднеспециальных профессиональных образовательных организаций и обучающиеся по направлениям бакалавриата и магистратуры отделений и кафедр различных вузов России и зарубежья, являющиеся авторами работ, соответствующих тематике фестиваля. Участие в фестивале могут принимать как творческие коллективы, так и отдельные авторы.

13. Организатор не несет ответственности за нарушение участником прав третьих лиц; невозможность оценки работ участников по техническим причинам или иным объективным причинам (форс-мажор), а также в силу неверно сообщенной или искаженной информации (изменение наименования работы, категории Конкурса самим участником, неверный адрес электронной почты, контактная информация и т. д.).

14. Организаторы конкурса оставляют за собой право использовать материалы Конкурса и их фрагменты любым способом и на любых носителях по своему усмотрению с обязательным указанием авторства работ

15. Подведение итогов Фестиваля проводится по результатам личного (индивидуального) зачёта.

РЕГЛАМЕНТ

проведения Международного фестиваля рекламы «Лимон»

Общие положения

1. Международный фестиваль рекламы «Лимон» (далее – Фестиваль) проводится на базе факультета экономики и управления Московского политехнического университета по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» в период 10 апреля по 31 мая 2026 года.

2. Участниками Конкурса могут являться школьники, студенты среднеспециальных профессиональных образовательных организаций и обучающиеся по направлениям бакалавриата и магистратуры отделений и кафедр различных вузов России и зарубежья, являющиеся авторами работ, соответствующих тематике фестиваля. Участие в фестивале могут принимать как творческие коллективы, так и отдельные авторы.

3. Участник Фестиваль может участвовать во всех, нескольких или только в одной номинации.

4. Информация о Фестивале размещается в сети Интернет на сайте университета.

5. Адрес оргкомитета Фестиваля: 127550, г. Москва, ул. Прянишникова, д.2А, ауд.1239.

Тел.: +7 (915) 341-38-59 (Горлова Ольга Евгеньевна).

e-mail: lemonfestival@mail.ru.

Порядок проведения Фестиваля

1. Участники Фестиваля заполняют паспорт работы (Приложение).

2. Заполненный паспорт работы и фестивальную работу нужно отправить на почту lemonfestival@mail.ru.

Примечание. Если работа не отправляется из-за большого размера, ее можно загрузить на любой файлообменник, в заполненной анкете не забыть приложить ссылку на файл.

Название каждого файла в обязательном порядке должно содержать фамилию зарегистрированного участника, номинацию, название работы. Присланные работы просматриваются Жюри Фестиваля.

3. Список участников, публикуется на официальном сайте Университета не позднее 21 июня 2026 года.

Задания Фестиваля

- История рекламы и связей с общественностью,
- Визуальные коммуникации (видео и анимация, скрайбинг, инфографика, плакат, web-дизайн, баннер, фото, мемы, рекламные креативы, открытки, включая анимированные, и фотоманипуляции),
- Рекламное исследование,
- Стартап,
- Квест (как форма рекламы).

К участию в Фестивале принимаются как опубликованные, так и ранее не публиковавшиеся работы, созданные в период с 01 января 2026 года по настоящее время.

Фестивальные работы должны быть посвящены актуальным общественным проблемам. Это могут быть темы, посвященные волонтерству, популяризации общечеловеческих ценностей: дружбы, семьи, здорового образа жизни, культуры общения, темам семьи, домашнего насилия, профилактики наркомании, курения, игромании, алкоголизма, ВИЧ/СПИД, защиты животных, активного долголетия, привлечения внимания к людям с ограниченными возможностями, свободная тема и т.д.

Фестивальные работы также могут быть посвящены теме Победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов – «Защита исторической правды: как сохранить память о Великой Отечественной войне».

Оргкомитет и жюри фестиваля оставляют за собой право учредить и другие специальные номинации дополнительно.

Требования к материалам в номинации «История рекламы и связей с общественностью»

- Работа в данной номинации предполагает написание эссе.
- Размер эссе – один-два листа А4. Текст набирается шрифтом Times New Roman, 14 размера с межстрочным расстоянием 1,0 (ординарный). Выравнивается текст по ширине страницы.

- Оригинальность – не менее 75%

Требования к материалам в подноминациях «Видеореклама и анимация», «Скрайбинг».

- Видеоматериалы подаются в форматах AVI или MP4.
- Хронометраж видеоролика - от 30 секунд до 5 минут.

Требования к материалам в подноминациях «Плакат», «Баннер», «Фото», «Инфографика», «Открытка», «Мемы», «Фотоманипуляции»:

- На конкурс может быть предоставлена одна работа или серия работ, объединенных общей темой.
- Работы подаются в формате JPEG, PNG, PDF.

Требования к материалам в подноминациях «Рекламные креативы» «Открытка» (анимированная), «Баннер» (анимированный):

- На конкурс может быть предоставлена одна работа или серия работ, объединенных общей темой.

- Работы подаются в форматах JPEG, PDF, GIF, AVI, MP4, PNG. и др.

В заявке необходимо дать краткое описание работы (основная идея, цели и задачи). Материалы, не соответствующие требованиям, указанным в настоящем разделе положения о Фестивале, к участию не допускаются.

Авторы конкурсных работ предоставляют Оргкомитету эксклюзивное право использования творческих работ в материалах, созданных в целях популяризации Фестиваля для размещения на ресурсах Московского Политеха, а также в социальных сетях.

Требования к материалам в рамках номинации «Стартап»

- Для первичной презентации стартапа, достаточно сделать не менее 10 слайдов со следующей информацией:

- Логотип, название проекта и контактная информация,
- Команда проекта,
- Рыночная возможность: суть проблемы,
- Продукт: уникальность, как он решает проблему,
- Объем рынка: должен быть интересен для инвестора,
- Бизнес модель: как вы будете зарабатывать деньги,
- Конкуренция: чем вы лучше,
- Маркетинговая стратегия: выход на рынок к своим потребителям,
- Планируемые результаты на три года: продажи, прибыль, доля рынка,
- Финансы: сколько надо денег и как вы их будете использовать. Требования

к материалам в рамках номинации «Стартап»

- Для первичной презентации рекламного исследования, достаточно сделать не менее 10 слайдов со следующей информацией:

- Название проекта и контактная информация,
- Команда проекта,
- Рыночная возможность: суть проблемы,
- Методы исследования,
- Результаты (обязательно наличие графиков, диаграмм), выводы, предложения.

Требования к материалам в рамках номинации «Квест» (как форма рекламы).

1. Общее определение Работой в данной номинации считается интерактивный рекламный квест, целью которого является вовлечение целевой аудитории в коммуникацию с брендом/продуктом/услугой через последовательность заданий, шагов или испытаний, ведущих к финальной цели или решению.

2. Форматы работ (на выбор участника) Квест может быть реализован в одном или нескольких из следующих форматов:

- Digital-квест: Веб-приложение, мобильное приложение, интерактивный сайт, игра в социальных сетях.

- AR/VR-квест: Квест, использующий технологии дополненной или виртуальной реальности.

- Офлайн-квест: Физический квест с использованием локаций, объектов, печатных материалов, взаимодействия с реальными людьми. Для оценки должен быть предоставлен его цифровой прототип или видеопрезентация.

- Гибридный квест: Сочетание онлайн и офлайн элементов.

3. Основные требования к содержанию и представлению

- Полнота предоставления: Жюри должно иметь возможность оценить концепцию, механику и пользовательский опыт квеста.

- Представляемые материалы (обязательный комплект):

- Концепция и сценарий: Презентация или документ (PDF, PPT), описывающий:

- Цель квеста (маркетинговую и игровую).
- Целевую аудиторию.
- Логику и сценарий квеста (старт, ключевые этапы, финал).
- Интеграцию рекламного сообщения/бренда.
- Механизмы вовлечения и мотивации участника.

- Функциональный прототип или доступ: Для digital-квестов — рабочая ссылка на веб-версию, тестовый доступ к приложению или скриншоты/видео работы чат-бота. Для офлайн-квестов — подробный план проведения и видеопрезентация его ключевых моментов.

- Видео-презентация пользовательского пути (UX) (при наличии): Короткое видео (до 3 минут), демонстрирующее, как потенциальный участник проходит ключевые этапы квеста.

- Результаты и метрики (если квест был реализован): Данные о вовлечении (число участников, время на прохождение, социальные отзывы). Если квест концептуальный и не был запущен, предоставляются прогнозные метрики.

4. Технические спецификации

- Язык: Основной язык квеста — русский. Если квест предназначен для другой страны, должен быть предоставлен перевод ключевых элементов для жюри.

- Длительность прохождения: Ориентировочное время прохождения квеста для среднего пользователя должно составлять от 5 до 30 минут (для офлайн может быть больше).

- Автономность: Квест должен быть представлен в форме, позволяющей жюри оценить его без необходимости дополнительной логистики или присутствия автора (за исключением сложных офлайн-форматов).

- Срок жизни: Прототип или доступ к digital-квесту должен оставаться активным на протяжении всего периода оценки фестиваля (минимум 2 месяца после даты подачи).

5. Критерии оценки (на которые влияют технические требования) Жюри будет оценивать работы по следующим критериям, поэтому представленные материалы должны их отражать:

- Инновационность и творческий подход: Оригинальность идеи и использования формата.

- Интеграция рекламного сообщения: Как естественно и эффективно бренд/продукт встроен в сценарий.
 - Пользовательский опыт (UX): Удобство, вовлеченность, эмоциональный отклик, логичность сценария.
 - Техническая реализация: Функциональность, стабильность, качество исполнения (для digital).
 - Потенциальная эффективность: Способность квеста достигать маркетинговых целей (вовлечение, узнавание, лояльность, продажи).
6. Порядок подачи
- Все материалы (презентация, ссылка на прототип, видео) загружаются в личном кабинете участника на сайте фестиваля.
 - Видеопрезентация пользовательского пути также может быть загружена на диск и предоставлена в виде приватной ссылки.

Подведение итогов и определение победителей и призеров

1. Призы Фестиваля:
 - 1.1 Гран-при за лучшую фестивальную работу, а также первое, второе, третье места в каждой номинации и подноминации.
 - 1.2. Члены жюри и партнеры Фестиваля могут учреждать дополнительные призы («За степень креативности», «За качество целеполагания», «За оформление и презентацию», «За оригинальность» и другие).
2. Финалисты получают сертификаты участников.
3. Выставленные членами жюри оценки считаются окончательными и пересмотру не подлежат. Апелляции по итогам оценивания конкурсных работ не принимаются.
4. После утверждения списков победителей и призеров Фестиваля Председателем оргкомитета, они размещаются на официальном сайте Университета в соответствующем разделе.
5. Вручение дипломов победителям и призерам Фестиваля, сертификатов участников Фестиваля осуществляется Оргкомитетом Университета не позднее 28 июня 2026 года.

Приложение

ПАСПОРТ РАБОТЫ

1. **НАЗВАНИЕ РАБОТЫ** _____

2. **НОМИНАЦИЯ** и подноминация (для визуальных коммуникаций)
работы _____

3. **КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ РАБОТЫ:**

основная идея _____

целевая аудитория _____

АВТОР(Ы), ПРЕДСТАВИВШИЙ(ИЕ) РАБОТУ НА КОНКУРС _____

Ф.И.О. (полностью)

Контактные данные -

НАУЧНЫЙ (ТВОРЧЕСКИЙ) РУКОВОДИТЕЛЬ (при наличии)

ФИО , должность (полностью)

Учебное заведение
(полностью) _____

С условиями Конкурса ознакомлен(а) и согласен(на). Как автор, не возражаю против размещения Конкурсной работы на безвозмездной основе в сети Интернет, использования её в теле- и радиопередачах и на наружных рекламных носителях на территории Российской Федерации, а также публикаций в печатных средствах массовой информации, в том числе посвященных Конкурсу, в некоммерческих целях.

ДАТА ПОДАЧИ работы «__» _____ 20 г.