

ПОЛОЖЕНИЕ
о проведении Второго Международного маркетингового конкурса в сфере
туризма «ПРОбренд» - 2020

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Организация и проведение Второго Международного маркетингового конкурса в сфере туризма «ПРОбренд» (далее - Конкурс) проводится на основании настоящего положения.
- 1.2. Организатором является Союз «Евразийское содружество специалистов туриндустрии» - ЕСОТ
- 1.3. Конкурс проводится среди участников туристического рынка России и других стран. Задача конкурса - выявить наиболее успешные маркетинговые инструменты и PR-кампании на туррынке, инновационные способы взаимодействия туристического бизнес-сообщества со средствами массовой информации, интересные рекламные решения.
- 1.4. Цель конкурса – создание эффективной информационной и коммуникационной площадки для обмена опытом по созданию брендов, продвижению туристических и гостиничных услуг на туррынке и организации взаимодействия всех заинтересованных сторон в сфере развития международного туризма на территории Евразийского пространства.
- 1.5. Участниками конкурса являются национальные туристические офисы, региональные администрации и туристско-информационные центры, туроператоры и турагентства, средства размещения: отели, санатории, гостевые дома, хостелы; рекламные агентства, музеи и музеи-усадьбы, рестораны и точки питания; журналисты, блогеры, фотографы; студенты вузов, колледжей и других учебных заведений; частные лица.
- 1.6. Конкурс является международным. К участию допускаются участники из любых стран при условии предоставления заявок на русском языке

2. Сроки и порядок проведения

- 2.1. Конкурс проводится в три этапа. Первые два этапа конкурса проводятся заочно. Финал конкурса проводится в одной из стран Евразийского пространства – России, Белоруссии, Армении, Казахстане.

I этап – 1 августа 2019 года – 28 февраля 2020 года

Прием заявок и материалов.

Заявки и материалы присылаются в Оргкомитет конкурса.

II этап – 1 марта – 30 апреля 2020 года

Работа Экспертного совета и определение участников финала.

Экспертный совет оценивает проекты дистанционно и /или очно, определяет список (шорт-лист) лучших проектов, независимо от региональной принадлежности. Возможно проведение региональных, окружных, национальных этапов.

III этап – май-июнь 2020 года

Публикация списка финалистов по всем номинациям (шорт-лист)

Международный финал

Победителями и призерами конкурса в каждой номинации становятся проекты, которые получили наиболее высокие оценки Экспертного Совета в финале конкурса.

В рамках конкурса могут быть организованы региональные, окружные, национальные этапы. Проведены обучающие семинары и мастер-классы.

Оргкомитет оставляет за собой право на изменение сроков проведения этапов.

3. Оргкомитет конкурса. Экспертный совет конкурса

- 3.1. Исполнительным органом конкурса является Оргкомитет конкурса. В него входят представители организатора.
- 3.2. Ответственность за организацию конкурса несет Оргкомитет. Оргкомитет может вносить изменения и дополнения в данное Положение, а также определять дополнительные этапы фестиваля.
- 3.3. Информационная поддержка осуществляется в средствах массовой информации, социальных сетях и партнерских сайтах.
- 3.4. Экспертный совет конкурса формируется в целях обеспечения объективного отбора конкурсных проектов, их последующей оценки и определения победителей по каждой номинации конкурса. Каждую номинацию оценивает группа профильных экспертов в соответствии с разработанными критериями.
- 3.5. Состав Экспертного совета формируется из представителей оргкомитета конкурса, ведущих российских и иностранных специалистов из области маркетинга, рекламы, дизайна, PR, B2B-СМИ, туротрасли и отельного бизнеса, специализированных СМИ, общественных организаций, учебных заведений. Состав Экспертного совета утверждается Оргкомитетом конкурса. Решение Экспертного совета принимается коллегиально, большинством голосов и не может быть оспорено. Информация о составе Экспертного совета публикуется на интернет-сайте конкурса www.union-esot.com

4. Номинации и критерии оценки

4.1. Конкурс проводится по следующим номинациям.

- 1. Номинация «Личный вклад в продвижение бренда территории или туристского объекта»** Выдвигают организации и коллективы. Необходимо предоставить не менее двух рекомендательных писем.

Критерии оценки:

- Узнаваемость бренда и его ассоциация с личностью заявителя
 - Стратегия развития и продвижения
 - История построения бренда и вклад заявителя в его развитие
 - Визуальное решение бренда (логотип, вывеска, дизайн, архитектурное и ландшафтное решение)
 - Важность бренда для общества, региона, страны
 - Перспектива развития бренда
2. **Номинация «Брендинг территории»** (государство, край или область, район, населённый пункт)

Критерии оценки:

- Узнаваемость бренда
- Стратегия развития и продвижения
- История построения бренда
- Визуальное решение бренда (логотип, вывеска, дизайн, архитектурное и ландшафтное решение)
- Важность бренда для общества, региона, страны
- Перспектива развития бренда

3. **Номинация «Брендинг туристского объекта»** (музеи, заповедники, усадьбы, парки, выставочные центры, парки развлечений)

Критерии оценки:

- Узнаваемость бренда
- Стратегия развития и продвижения
- История построения бренда
- Визуальное решение бренда (логотип, вывеска, дизайн, архитектурное и ландшафтное решение)
- Важность бренда для общества, региона, страны
- Перспектива развития бренда

5. **Номинация «Брендинг туристской организации»** (туркомпания, ТИЦ, национальный туристический офис)

Критерии оценки:

- Узнаваемость бренда
- Стратегия развития и продвижения
- История построения бренда
- Визуальное решение бренда (логотип, вывеска, дизайн, архитектурное и ландшафтное решение)
- Важность бренда для общества, региона, страны
- Перспектива развития бренда

5. **Номинация «Брендинг средств размещения и питания»**

Критерии оценки:

- Узнаваемость бренда
- Стратегия развития и продвижения
- История построения бренда
- Визуальное решение бренда (логотип, вывеска, дизайн, архитектурное и ландшафтное решение)
- Важность бренда для общества, региона, страны
- Перспектива развития бренда

6. Номинация «Интернет-брендинг» (сайт, страница в соцсетях)

Критерии оценки:

- Узнаваемость бренда
- Внешний вид, дизайн
- Структура и навигация
- Контент
- Юзабилити

7. Номинация «Брендированная полиграфия» (буклет, листовка, брошюра, карта, путеводитель). Необходимо предоставить экземпляры полиграфической продукции, выдвигаемой на участие в конкурсе.

Критерии оценки:

- Узнаваемость бренда
- Оригинальность идеи
- Степень информационной насыщенности
- Качество полиграфического исполнения
- Визуальное воплощение – соответствие визуального и смыслового воплощения информации

8. Номинация «Брендированная сувенирная продукция»

Критерии оценки:

- Узнаваемость бренда
- Историко-культурная нагрузка бренда
- Качество исполнения
- Важность бренда для развития народных промыслов и ремесел
- Новые формы подачи бренда в сувенирной продукции

9. Номинация «Видеобрендинг»

Критерии оценки:

- Присутствие бренда в видеоролике
- Ориентированность на целевую аудиторию
- Оригинальность и техническое качество ролика
- Важность бренда для общества, региона, страны

10. Журналистский вклад в популяризацию туристских брендов

11. Вклад в популяризацию туристских брендов в блогосфере

По решению Оргкомитета могут быть добавлены специальные номинации.

Оргкомитет оставляет за собой право на перемещение работ авторов в номинацию, наиболее подходящую по содержанию.

Регистрационный взнос за участие в конкурсе не уплачивается. Денежных призов победителям конкурса не предусмотрено.

Расходы конкурсантов по участию в региональных, окружных, национальных этапах и финале конкурса осуществляются за счет конкурсантов.

5. Порядок участия в конкурсе

- 5.1. Один проект может быть подан только в одну номинацию.
- 5.2. Один участник может подать разные проекты в разные номинации.
- 5.3. Участники конкурса подают заявки в Оргкомитет, подписанные руководителем организации и с печатью организации (для юридических лиц) или автором проекта (для физических лиц) и высылают ссылки для скачивания материалов.
- 5.4. На каждый проект заполняется и оформляется отдельная заявка.
- 5.5. Заполненные заявки (см. Приложение №1) и дополнительные материалы принимаются на адрес электронной почты union.esot@gmail.com.

6. Требования к работам, принимаемым на Конкурс

- 6.1. Проекты, принимаемые на конкурс, должны быть созданы не ранее 1 января 2018 года. Данное ограничение касается следующих номинаций: «Интернет-брендинг» (сайт, страница в соцсетях), «Брендированная полиграфия», «Брендированная сувенирная продукция», «Видеобрендинг», «Журналистский вклад в популяризацию туристских брендов», «Вклад в популяризацию туристских брендов в блогосфере».
- 6.2. Участники Конкурса гарантируют наличие у них личных неимущественных и исключительных авторских прав на материалы, присланные на Конкурс.
- 6.3. Оргкомитет конкурса не несет ответственности за содержание материалов, за нарушение авторских прав, а также за возможные нарушения прав третьих лиц в связи с предоставлением материалов на Конкурс. В случае поступления претензий от третьих лиц, связанных с размещенными и поданными на конкурс материалами, участник конкурса самостоятельно и за свой счет урегулирует указанные претензии.
- 6.4. Авторские права на материалы принадлежат авторам этих работ.
Согласно статье 1274 ГК РФ, свободное использование произведения в информационных, научных, учебных или культурных целях с указанием имен авторов. Организатор вправе использовать присланные на Конкурс материалы следующими способами без авторского вознаграждения: воспроизводить (публиковать их в СМИ и иных информационно-рекламных материалах, социальных сетях), демонстрировать на выставках и других публичных мероприятиях; публиковать в средствах массовой информации не на коммерческой основе. В случае, если СМИ выразит желание опубликовать тот или иной материал на коммерческой основе, условия опубликования обсуждаются с автором фотографии и оговариваются в соглашении.

7. Награждение участников и победителей

7.1. Результаты публикуются на интернет-сайте www.union-esot.com и на официальных страницах Организатора в социальных сетях.

7.2. Все победители награждаются почетными дипломами с указанием занятого ими места.

7.3. Победители получают специальный знак-символ победителя конкурса.

7.4. Все участники награждаются электронными дипломами об участии (по запросу на электронную почту union.esot@gmail.com).

7.5 Победители и призеры также получают подарки от спонсоров и партнеров конкурса, а именно: бесплатные сертификаты на публикацию в рекламы в СМИ – партнерах конкурса. Информация о партнерах и о дополнительных бонусах публикуется на интернет-сайте www.union-esot.com.

7.6. По результатам конкурса планируется выпустить каталог с информацией о номинантах.

7.7. Работы победителей публикуются на официальных страницах Организатора в социальных сетях и могут быть использованы для продвижения внутреннего туризма и стимулирования интереса к путешествиям по странам Евразии.

8. Заключительные положения

8.1. Подача работ на Конкурс означает согласие автора и его законных представителей с условиями Конкурса, настоящим Положением и условиями использования присланных материалов.

8.2. Во всем, что не предусмотрено настоящим Положением, организаторы и участники конкурса руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

8.3. Оргкомитет оставляет за собой право вносить изменения в сроки проведения конкурса.

Контакты Оргкомитета:

+7 (916) 678-44-72, +7 (903) 278-09-30

union.esot@gmail.com, www.union-esot.com

Приложение №1



**Международный маркетинговый конкурс в сфере туризма
«PROбренд»**

Организатор: Союз «Евразийское содружество специалистов
туриндустрии» (ЕСОТ)

125009, город Москва, улица Тверская, дом 20, стр. 3, п. 6
union.esot@gmail.com, www.union-esot.com

+7-916-678-44-72, +7-903-278-09-30, +7-985-768-00-09, +7-903-136-61-56

**Заявка на участие в II Международном маркетинговом конкурсе в сфере туризма
«PROбренд»**

Наименование организации (для диплома)	Указать наименование организации или ФИО физического лица – автора или собственника проекта
Страна, регион, район	Указать страну, которая представляет проект
Номинация	<p>Указать выбранную номинацию</p> <p>«Личный вклад в продвижение бренда территории или туристского объекта. Персональный бренд».</p> <p>«Брендинг территории» (государство, край или область, район, населённый пункт)</p> <p>«Брендинг туристского объекта» (музеи, заповедники, усадьбы, парки, выставочные центры, парки развлечений)</p> <p>«Брендинг туристской организации» (туркомпания, ТИЦ, национальный туристический офис)</p> <p>«Брендинг средств размещения и питания»</p> <p>«Интернет-брендинг» (сайт, страница в соцсетях)</p> <p>«Брендированная полиграфия» (буклет, листовка, брошюра, карта, путеводитель)</p> <p>«Брендированная сувенирная продукция».</p> <p>«Видеобрендинг» (видеоролик, проморолик, инстаролик)</p> <p>Журналистский вклад в популяризацию туристских брендов</p> <p>Вклад в популяризацию туристских брендов в блогосфере</p>

Название проекта	Указать название проекта
Авторы проекта	Указать авторов проекта
Собственники проекта	Указать собственников проекта
Сайт проекта	Указать сайт (если имеется)
Год создания проекта	Указать год создания конкурсного проекта (не ранее 1 января 2018 г.)
Краткое резюме проекта	Не более 1000 знаков с пробелами
Контактное лицо Электронная почта и телефон, страницы в социальных сетях	
Размещение в каталоге номинантов-2020 дополнительной рекламной информации При заявке до 31 декабря 2019 года – скидка 20%	<input checked="" type="checkbox"/> Да <input checked="" type="checkbox"/> Нет
Список материалов, прилагаемых к заявке (не указанные материалы не будут учитываться)	1. 2. 3. К заявке можно прикрепить видеоролик, фотографии, макеты, презентации
Разрешение на использование видео- и фотоконтента	В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных», даю согласие организаторам конкурса использовать название организации для составления списков участников конкурса, опубликования списков на сайте, создания и отправки наградных документов конкурса, рассылки конкурсных материалов, использования в презентационных, методических материалах конкурса, для организации выставок и социальных рекламных кампаний.

Для юридических лиц необходимо поставить подпись автора или руководителя организации – собственника материалов и печать организации.

Для физических лиц необходимо поставить подпись собственника материалов и расшифровку подписи

Заполните и вышлите на union.esot@gmail.com в двух форматах: .doc (без печати) и .pdf, jpeg (с печатью и подписью)