

**ПОЛОЖЕНИЕ О КОНКУРСЕ
дизайн-проектов фирменного стиля (Бренд-бук)
Курского государственного университета**

1. Основные положения

1.1. Настоящее положение определяет порядок участия в конкурсе (далее — Конкурс) дизайн-проектов фирменного стиля (Бренд-бук) Курского государственного университета (далее — КГУ или Университет) и порядок его проведения, требования к участникам и к предоставляемым ими конкурсным работам.

1.2. Организаторами Конкурса выступают управление академической политики (отдел имиджевых проектов и информационной политики) и управление научно-исследовательских работ КГУ.

1.3. Для подготовки и проведения Конкурса создается организационный комитет из представителей ректората и структурных подразделений управлений академической политики и научно-исследовательских работ КГУ.

2. Цели и задачи

2.1. Целью конкурса является разработка дизайн-проекта корпоративного фирменного стиля КГУ, с учетом существующего логотипа который включает в себя:

- фирменные шрифты и верстку;
- деловую документацию (русский и английский варианты):
 - фирменный бланк переписки (формат вертикальный, А4);
 - конверт «евро» корпоративный (формат DL/E65:110 мм ×220 мм);
 - конверт корпоративный (формат вертикальный, С4);
 - папку-уголок (формат вертикальный, А4);
 - визитную карточку сотрудника одностороннюю (русский / англ) (формат горизонтальный, 50мм × 90мм);
 - визитную карточку корпоративную (двухсторонняя) (формат горизонтальный, 50мм × 90мм);
 - фирменный бэйдж – карту доступа на клипсе (формат горизонтальный, 90мм×57мм);
- сувенирную и рекламную продукцию:
 - авторучку (формат 0,8мм × 5мм);
 - кружку (формат 200мм×90 мм);
 - вымпел (формат 150мм × 200мм);

- галстук (шарф);
- бумажный пакет (формат А4);
- пластиковый пакет (формат А4);
- флэшку (формат 15 мм×50мм);
- магнит (формат до А6);
- значок-логотип КГУ (формат круглый, диаметр 35 мм);
- толстовку (формат А4);
- футболку (формат А4);
- бейсболку (формат 50мм×90мм);
- воздушный шар с логотипом;
- брелок (формат 50мм×20 мм);
- чехол для телефона (iPhone 6, 6+, 5);
- переносной щит-стендер для объявлений;
- рекламную полиграфию:
 - папку для рекламных материалов (формат вертикальный, А4);
 - приглашение + конверт (формат горизонтальный, 200мм×200мм);
 - поздравительную открытку + конверт (формат А5, А6);
 - буклет с направлениями подготовки и картой КГУ (формат А4);
 - брошюру о КГУ (формат А5);
 - блокнот (формат А5, обложка, полоса);
 - сертификат (формат А4);
 - грамоту (формат А4);
 - благодарственное письмо (формат А4);
 - календарь карманный (формат 70мм×100мм);
 - календарь трехблочный;
 - ежедневник-органайзер на кольцах (формат А5);
 - стикер-наклейку (формат до 100мм×100мм);
 - дневник школьника (формат А5);
 - рекламные плакаты в школы (420 мм× 600 мм);
 - баннер с широкоформатной печатью (формат горизонтальный, до 3м×6м);
 - баннер с широкоформатной печатью (формат вертикальный, до 3м×6 м);
- корпоративное пространство: принцип оформления сцены и конференц-залов, используя элементы фирменного стиля.

2.2. По итогам Конкурса будет разработано положение о корпоративном фирменном стиле Курского государственного университета, подразумевающее определение правил использования фирменного стиля.

3. Управление конкурсом

3.1. Подготовку и проведение Конкурса по утверждаемому плану осуществляет Оргкомитет с функцией жюри, созданный приказом ректора КГУ.

3.2. Оргкомитет с функцией жюри:

проводит экспертизу материалов, представленных на Конкурс;

подводит итоги Конкурса и определяет победителя.

3.3. Конкурс считается состоявшимся, если в нем приняло участие не менее 3 работ.

4. Требования к разработке корпоративного фирменного стиля

4.1. Содержание корпоративного фирменного стиля должно отражать ведущую роль университета как центра образования, науки и культуры региона, сохраняющего традиции высокого качества высшего образования в сочетании с активным внедрением инновационных научно-образовательных технологий, способствовать созданию корпоративного духа, формированию чувства гордости за КГУ.

4.2. Корпоративный фирменный стиль КГУ представляет совокупность визуальных элементов, которые будут использоваться на всех официальных документах, рекламной и сувенирной продукции.

4.3. Фирменный стиль должен быть соответствующим концепции деятельности КГУ, отражающим миссию Университета, быть лаконичным и содержательным.

4.4. Разработка фирменного стиля должна производиться с учетом существующего логотипа, фирменных цветов, миссии КГУ.

4.5. Участники представляют на Конкурс готовые образцы, макеты и/или эскизы в цветном варианте, перечисленные в пункте 2.1.

4.7. Эскизы должны содержать полное и/или краткое название Курского государственного университета (на русском и английском языках). Остальные части и элементы эскизов (как содержательных, так и стилистических) не регламентированы.

4.8. Дизайн-проект участника должен отражать миссию и концепцию КГУ.

4.9. Ответственность за несоблюдение Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе» и гражданского законодательства РФ несут участники Конкурса.

4.10. Предоставленные эскизы не рецензируются и не возвращаются.

5. Критерии оценки конкурсных работ

5.1. Поступившие на конкурс дизайн-проекты оцениваются оргкомитетом с функцией жюри Конкурса по следующим критериям:

- соответствие цели Конкурса;
- оригинальное и запоминающееся художественное решение, выражающее образ КГУ;
- отражение содержания Концепции КГУ, его миссии;
- возможность модификации элементов стиля к оформлению различных видов полиграфической и сувенирной продукции;
- соответствие критериям, предъявляемым к логотипу КГУ;
- цветовое исполнение, представленный проект должен быть изложен в многоцветном варианте;

- композиционное исполнение;
- соответствие культурным, моральным и эстетическим нормам.

5.2. Дополнительные критерии оценки:

- глубина и многоплановость;
- оригинальность;
- технологичность и простота тиражирования;
- универсальность, лаконичность и понятность;
- художественность и эстетичность.

5.3. Оргкомитет с функцией жюри Конкурса оставляют за собой право вносить дополнения в критерии оценки Конкурсных работ.

5.4. Участник Конкурса несет моральную ответственность за качество и авторство подаваемой на Конкурс работы. В представленных на Конкурс работах категорически запрещается использование чужих идей дизайна (полностью или частично). К участию принимаются только конкурсные работы с признанным авторством. Это значит, что в случае возникновения спорных вопросов участники должны иметь возможность доказать свое авторство (предоставить исходники файлов, собственные эскизные разработки и т.д.).

В случае несоблюдения данного условия работа отстраняется от участия в Конкурсе.

6. Порядок участия в Конкурсе и порядок проведения Конкурса

6.1. В Конкурсе могут принять участие все желающие студенты КГУ.

6.2. К участию в конкурсе допускаются дизайн-проекты, соответствующие настоящему Положению.

Технические требования: в графическом формате JPG/GIF/PNG минимальное разрешение 1000×1000 пикселей, в векторном виде (форматы CDR, AI, EPS), в крайнем случае, Photoshop (psd) с хорошим разрешением. Запрещается искажение логотипа, нарушение его пропорций и цветов.

6.3. Проекты могут быть выполнены как отдельными авторами, так и авторскими коллективами. Участие в Конкурсе бесплатное. Количество работ от одного автора не ограничено.

6.4. Порядок регистрации участников Конкурса и работ, подаваемых на Конкурс.

6.4.1. Регистрация участников Конкурса до «15» октября 2016 года. Для регистрации участников необходимо на электронный адрес оргкомитета Конкурса: imidzhotdel.kgu@mail.ru отправить заявку (Приложение 1 к настоящему положению).

6.4.2. Прием авторских работ проводится с «16» октября 2016г по «26» октября 2016 г. в отделе имиджевых проектов и информационной политики по адресу: г. Курск, ул. Радищева, 33, кабинет 36 (1 этаж основного здания). Контактный телефон +7 (4712) 513-913. Проект и исходные материалы также могут быть высланы на электронный адрес оргкомитета Конкурса: imidzhotdel.kgu@mail.ru

6.4.3. Эскизы должны быть представлены также в печатном (листы формата А4 – А3) многоцветном варианте в форме альбома в 1 экземпляре.

6.4.4. Оценка оргкомитетом с функций жюри конкурсных работ участников состоится с «26» октября 2016 г. по «31» октября 2016 г. Решение принимается открытым голосованием простым большинством голосов.

6.5. Не подлежат рассмотрению материалы, подготовленные с нарушением требований к их оформлению, а также поступившие позже указанного срока.

6.6. Оргкомитет с функцией жюри Конкурса оставляют за собой право не принимать к рассмотрению и не присуждать победу работам, не соответствующим требованиям Конкурса.

6.7. Решение Оргкомитета с функцией жюри является окончательным и не подлежит пересмотру. По итогам Конкурса определяется один победитель.

6.8. Окончательные итоги Конкурса будут объявлены «31» октября 2016 г. с размещением информации о победителе на официальном сайте КГУ <http://www.kursksu.ru/>, в общеуниверситетской газете «Альма-матер – вестник КГУ», а также победитель получит официальное уведомление.

6.9. Победитель и участники Конкурса будут награждены ценными призами.

6.10. Корпоративный фирменный стиль будет признан официальным для использования в деятельности университета после его утверждения Ученым советом КГУ.

6.13. С автором (авторами) победившего на конкурсе проекта (проектов) заключается договор о передаче КГУ исключительных прав на использование его произведений как соответствующего элемента символики КГУ.

Проект Договора об отчуждении исключительного права на произведение (Лицензионный договор о предоставлении права использования произведения на исключительной основе – исключительная лицензия) прилагается к настоящему положению (см. Приложение 2).

6.14. Победивший на конкурсе проект после заключения соответствующего договора поступает в собственность КГУ и может быть использован по его усмотрению. После заключения договора победитель не имеет права в дальнейшем использовать фирменный стиль в собственных целях за исключением случаев прямо предусмотренных законодательством России.

Приложение 1
К Положению о конкурсе
дизайн-проектов фирменного стиля (Бренд-бук)
Курского государственного университета

З А Я В К А
на участие в конкурсе дизайн-проектов фирменного стиля
Курского государственного университета (Бренд-бук)

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Адрес: _____

Телефон: _____

E-mail: _____

Факультет: _____

Дата подачи заявки: _____

Приложение: 1. _____

2. _____

3. _____

Примечание: листы с макетами проекта должны быть заверены собственноручной подписью конкурсанта

2) распространение произведения путем продажи или иного отчуждения его оригинала или экземпляров;

3) публичный показ произведения, то есть любая демонстрация оригинала или экземпляра произведения непосредственно либо на экране с помощью пленки, диапозитива, телевизионного кадра или иных технических средств, а также демонстрация отдельных кадров аудиовизуального произведения без соблюдения их последовательности непосредственно либо с помощью технических средств в месте, открытом для свободного посещения, или в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, независимо от того, воспринимается произведение в месте его демонстрации или в другом месте одновременно с демонстрацией произведения;

4) импорт оригинала или экземпляров произведения в целях распространения;

5) прокат оригинала или экземпляра произведения;

6) публичное исполнение произведения, то есть представление произведения в живом исполнении или с помощью технических средств (радио, телевидения и иных технических средств), а также показ аудиовизуального произведения (с сопровождением или без сопровождения звуком) в месте, открытом для свободного посещения, или в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, независимо от того, воспринимается произведение в месте его представления или показа либо в другом месте одновременно с представлением или показом произведения;

7) сообщение в эфир, то есть сообщение произведения для всеобщего сведения по радио или телевидению, за исключением сообщения по кабелю;

8) сообщение по кабелю, то есть сообщение произведения для всеобщего сведения по радио или телевидению с помощью кабеля, провода, оптического волокна или аналогичных средств;

9) ретрансляция, то есть прием и одновременное сообщение в эфир (в том числе через спутник) или по кабелю полной и неизменной радио- или телепередачи либо ее существенной части, сообщаемой в эфир или по кабелю организацией эфирного или кабельного вещания;

10) перевод или другая переработка произведения;

11) практическая реализация архитектурного, дизайнерского, градостроительного или садово-паркового проекта;

12) доведение произведения до всеобщего сведения таким образом, что любое лицо может получить доступ к произведению из любого места и в любое время по собственному выбору (доведение до всеобщего сведения).

5. Основные условия предоставления исключительной лицензии на использование Произведения:

а) разрешенные способы использования Произведения — все способы, предусмотренные законодательством Российской Федерации об авторском праве, в том числе указанные в п. 4 настоящего договора.

б) территория использования: на территории всего мира;

в) срок использования: в течение всего срока действия исключительных прав;

г) право сублицензирования и дальнейшей передачи полученных прав: полностью или частично, любым лицам по самостоятельному усмотрению ВУЗа без получения дополнительного согласия;

д) исключительные права передаются автором безвозмездно (бесплатно).

6. Автор разрешает ВУЗу осуществить обнародование Произведения любым способом по усмотрению ВУЗа. ВУЗ вправе указывать имя Автора при использовании Произведения. Автор разрешает также осуществлять использование Произведения без указания его имени по усмотрению ВУЗа.

7. Автор гарантирует, что заключение настоящего Договора не приведет к нарушению авторских прав или иных прав интеллектуальной собственности третьих лиц, а также что им не заключались и не будут заключаться в дальнейшем какие-либо договоры, противоречащие настоящему Договору или делающие невозможным его выполнение.

8. Во всем, что прямо не урегулировано настоящим Договором, Стороны руководствуются законодательством Российской Федерации.

9. Настоящий Договор составлен в двух имеющих одинаковую юридическую силу экземплярах по одному для каждой из Сторон.

ПОДПИСИ СТОРОН:

Автор:

_____ / _____ /

ВУЗ:

_____ / _____ /