

Описание конкурса на разработку бренда Культурного центра НИУ ВШЭ

1. Общие положения

1.1. Положение о конкурсе на разработку бренда Культурного центра НИУ ВШЭ (далее соответственно – Положение, Конкурс, Культурный центр) определяет порядок организации и проведения Конкурса среди студентов НИУ ВШЭ на лучшую разработку бренда Культурного центра, организуемого и проводимого совместно НИУ ВШЭ и Ассоциацией Брендинговых компаний России¹.

1.2. Организатором Конкурса является НИУ ВШЭ. Проведение Конкурса со стороны НИУ ВШЭ администрирует Культурный центр. Контактным лицом Культурного центра является Грибкова Екатерина Евгеньевна, адрес электронной почты: eegribkova@hse.ru.

1.3. Целью Конкурса является выбор наиболее подходящей критериям отбора, определенной Положением, разработки бренда Культурного центра (далее – конкурсная работа).

1.4. Конкурс является открытым и проводится среди студентов НИУ ВШЭ (далее – Участники, Авторы конкурсной работы).

1.5. Срок проведения Конкурса с 02.09.2019 по 17.12.2020 включительно.

1.6. Культурный центр не позднее даты начала Конкурса публикует на корпоративном сайте (портале) НИУ ВШЭ информацию об условиях и задании Конкурса, критерии и порядок оценки конкурсных работ, способ, срок и порядок представления конкурсных работ, порядок и сроки объявления результатов Конкурса.

1.7. Конкурс не является конкурсом на закупку товаров, работ и услуг для нужд НИУ ВШЭ, и на него не распространяются положения Федерального закона от 18.07.2011 №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», Федерального закона от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», а также главы 57 Гражданского кодекса Российской Федерации.

2. Условия Конкурса

2.1. Конкурс проводится в 5 этапов и состоит из следующих мероприятий:

2.1.1. с 02.09.2019 по 01.10.2019 осуществляется прием заявок на участие в Конкурсе;

2.1.2. 09.10.2019 проходит презентация Конкурса Участникам, менторам, жюри, студентам и сотрудникам НИУ ВШЭ;

2.1.3. с 09.10.2019 по 26.04.2020 включительно осуществляется работа в командах по разработке концепции бренда Культурного центра;

2.1.4. 28.04.2020 осуществляется защита конкурсных работ и выбор 3 концепций – финалистов для дальнейшего общественного голосования среди студентов и сотрудников НИУ ВШЭ;

2.1.5. до 17.12.2020 осуществляется объявление победителей Конкурса.

2.2. Информация о победителях Конкурса будет опубликована на официальных страницах Культурного центра в социальных сетях ВКонтакте

¹ 109004, г. Москва, Пестовский пер., д. 16, стр.2, ОГРН 1097799010649.

(https://vk.com/hse_cc) и Instagram (https://www.instagram.com/hse_cc/) не позднее 17.12.2020.

3. Участники Конкурса

3.1. Участниками Конкурса являются студенты НИУ ВШЭ второго курса и старше.

3.2. Участники Конкурса делятся на 8 команд по 8 человек для создания концепции бренда Культурного центра.

3.3. Каждая команда состоит из следующих участников: стратег, копирайтер, бренд-менеджер, аккаунт-менеджер, дизайнер, дизайнер-верстальщик, моушн-дизайнер, видеограф.

3.4. Участники, принимая участие в Конкурсе, соглашаются с правилами проведения Конкурса, изложенными в Положении.

3.5. Участник Конкурса может обращаться за консультациями, разъяснениями и технической поддержкой по вопросам, связанным с участием в Конкурсе, к Организатору (п. 1.2 Положения).

3.6. В случае нарушения Участником Положения, а равно установления факта недобросовестного поведения в рамках Конкурса, Организатор вправе не допустить такого Участника к участию в Конкурсе.

4. Порядок представления конкурсной работы

4.1. Конкурсные работы с выполненным заданием направляются в электронном виде до 27.04.2020 на электронную почту Культурного центра: cc@hse.ru.

4.2. Не допускаются к участию в Конкурсе конкурсные работы:

4.2.1. содержащие техническое, технологическое, творческое решение, заимствованное из опыта работы других компаний и/или ранее опубликованное в любых публичных источниках;

4.2.2. содержащие сведения конфиденциального характера, охраняемые в режиме коммерческой тайны;

4.2.3. в случае подачи заявок от разных Участников в отношении тождественной конкурсной работы, приоритет признается за автором, который ранее других подал заявление на участие в Конкурсе, оформленное по установленной форме.

5. Требования к конкурсным вариантам бренда Культурного центра

5.1. Конкурсные варианты бренда Культурного центра (далее – Бренд) должны выражать идею как сущностное, смысловое наполнение Бренда, и содержать варианты выражающих идею слоганов и визуальных образов Бренда.

5.2. Содержание Бренда должно включать выраженную средствами художественного языка принадлежность к культурным, историческим ценностям НИУ ВШЭ, отвечать назначению Бренда.

5.3. Бренд должен отвечать требованиям части 4 Гражданского кодекса Российской Федерации, быть оригинальным и не должен воспроизводить или содержать:

5.3.1. элементы памятников, художественных работ и других произведений, охраняемых авторским правом, без согласия соответствующих правообладателей;

5.3.2. средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и

предприятий, которым предоставлена правовая охрана;

5.3.3. бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения;

5.3.4. сведения, направленные на разжигание нетерпимости;

5.3.5. сведения, запрещенные к неограниченному публичному распространению в силу действующего законодательства Российской Федерации.

5.4. В брифе могут содержаться дополнительные технические требования к Бренду. Конкурсные варианты Бренда могут быть доработаны, изменены и использованы в целях Конкурса без получения дополнительного согласия Участников и (или) их представителей.

5.5. Конкурсные варианты Бренда оцениваются на соответствие условиям и требованиям Брифа. Они должны содержать идею Бренда, слоган Культурного центра, визуальный образ Бренда. Идея Бренда (далее – Идея) должна раскрывать действительные преимущества и особенности Культурного центра как адаптивной к различным типам активности (творчество, спорт, креативная деятельность, обучение, волонтерство и пр.) как во время непосредственного проведения плановых мероприятий в Культурном центре (концерты, лекции, дискуссии и пр.), так и в режиме ежедневного функционирования Культурного центра в формате 24/7.

5.6. Предложения должны быть представлены в электронном виде и содержать: легенду в произвольной форме (краткое тезисное описание сути предлагаемой Идеи и ее обоснование с четким указанием уникальности и преимуществ Бренда в контексте ожиданий аудитории и деклараций конкурентов Бренда в коммуникационном пространстве), краткую формулировку Идеи (емкое определение, раскрывающее суть Идеи позиционирования Бренда), условный иллюстративный ряд на образном и ассоциативном уровне поясняющий/раскрывающий суть предлагаемой Идеи.

5.7. Предложения в отношении Идеи будут оцениваться в соответствии со следующими критериями: соответствие требованиям Брифа, оригинальность и степень дифференциации от деклараций конкурентов, потенциал для долговременного использования, потенциал для дальнейших креативных разработок, в том числе создания атрибутов, потенциал для дальнейшего использования вне коммуникационной сферы.

5.8. Слоган Бренда (далее – Слоган) – краткое и емкое вербальное воплощение Идеи, раскрывающее ее суть и в лаконичной, и привлекательной форме отражающее привлекательность Культурного центра как центра внеучебной деятельности для студентов, сотрудников и преподавателей НИУ ВШЭ. Предложения в отношении Слогана должны быть представлены в электронном виде и содержать в себе варианты слогана на русском и английском языках.

5.9. Предложения в отношении Слогана будут оцениваться в соответствии со следующими критериями: соответствие требованиям Брифа, охраноспособность.

5.10. Визуальный образ Бренда (Далее – Визуальный образ) – символика и основные константы фирменного стиля Бренда (логотип, знак, дополнительные стилеобразующие элементы, цветовая гамма), раскрывающие на визуальном уровне суть Идеи и обеспечивающие его идентификацию в визуальном коммуникационном пространстве.

5.11. Предложения должны быть представлены в электронном виде и содержать в себе: описание идеи визуального решения, кириллическую и латинскую версии фирменного блока (логотип и знак), примеры использования визуальных

атрибутов при оформлении различных условных носителей.

5.12. Предложения в отношении Визуального образа будут оцениваться в соответствии со следующими критериями: соответствие требованиям Брифа, охранный потенциал.

5.13. Все конкурсные варианты Бренда, направляемые для рассмотрения в Организаторам Конкурса, проходят премодерацию Организаторами Конкурса. Решение о допуске работы к рассмотрению

6. Конкурсная комиссия

6.1. Организаторы Конкурса формируют Конкурсную комиссию из лиц, осуществляющих профессиональную деятельность в сфере маркетинга, дизайна, рекламы и (или) пиар-кампаний, представителей Организатора. Состав Конкурсной комиссии утверждается Организатором.

6.2. Конкурсная комиссия, руководствуясь положениями Брифа, обязана выбрать три конкурсных варианта Бренда из числа выбранных Экспертным советом Конкурса.

6.3. Ректор НИУ ВШЭ имеет также право «золотого» голоса для оценки конкурсных работ.

6.4. Данный голос используется в случае, когда несколько конкурсных работ имеют одинаковое количество голосов.

6.5. Решения Конкурсной комиссии принимаются открытым голосованием большинством голосов.

7. Рабочие группы

7.1. Организатор Конкурса формирует рабочие группы, из лиц, которые являются представителями Участников Конкурса, допущенных к участию в Конкурсе.

7.2. Рабочие группы в формате рабочей сессии «воркшоп» проводят открытые мероприятия по созданию, выбору, обсуждению и доработке конкурсных вариантов Бренда.

7.3. Состав каждой рабочей группы, а также время и место ее работы определяются Организационным комитетом и указываются на официальном сайте Конкурса не менее чем за 5 рабочих дней до даты такой работы.

7.4. Рабочие группы при осуществлении своей деятельности обязаны учитывать относимые и допустимые рекомендации, которые были даны посетителями официального сайта Конкурса в отношении Бренда.

8. Права на результаты интеллектуальной деятельности

8.1. Конкурсная работа является результатом творческой деятельности соответствующих Авторов конкурсной работы.

8.2. Авторы конкурсной работы гарантируют Организатору Конкурса, что:

8.2.1. на момент направления (передачи) конкурсной работы они являются единственными ее правообладателями, обладают всеми необходимыми правами для принятия всех условий проведения Конкурса, предусмотренных Положением. В случае если Авторами конкурсной работы являются несколько лиц, Автор, направляющий конкурсную работу Организатору, обязуется заблаговременно получить согласие остальных лиц на направление работы Организатору и обеспечить достижение соглашения с остальными лицами в отношении

распоряжения исключительным правом на конкурсную работу в соответствии с условиями, предусмотренными Положением;

8.2.2. использование конкурсной работы Организатором Конкурса в соответствии с условиями Положения не приведет к нарушению прав и законных интересов третьих лиц;

8.2.3. ими за свой счет будут предприняты все необходимые действия, исключающие возникновение (или обеспечивающие возмещение уже понесенных) расходов Организатора Конкурса, связанных с требованиями и претензиями третьих лиц в отношении использования конкурсной работы. До полного выяснения обстоятельств использования и удовлетворения соответствующих требований и претензий конкурсная работа, послужившая их основанием, исключается из Конкурса.

8.3. Направляя конкурсную работу, Участники Конкурса безвозмездно отчуждают Организатору исключительное право на представленный вариант Бренда (конкурсную работу) с даты его направления Организатору в полном объеме.

8.4. Принимая участие в Конкурсе, Авторы конкурсной работы выражают свое согласие на:

8.4.1. сбор, запись, систематизацию, хранение, уточнение, извлечение, использование, удаление и уничтожение Организатором следующих своих персональных данных, предоставленных и предоставляемых Организатору, в частности: фамилии, имени, отчества; даты, года, места рождения; образования, квалификации и их уровня; профессии (специальности); места и адреса работы, должности; места регистрации или проживания; номера телефонов (мобильный, домашний, рабочий); адреса электронной почты; адресов страниц Авторов в социальных сетях и прочих Интернет-сайтах; иных данных, предоставляемых Организатору, а также обусловленных участием выберите из текста в Конкурсе;

8.4.2. передачу третьим лицам (распространение, в том числе посредством корпоративного сайта (портала) НИУ ВШЭ, предоставление, доступ) Организатором следующих своих персональных данных, предоставленных и предоставляемых Организатору, в частности: фамилии, имени, отчества; даты, года, места рождения; образования, квалификации и их уровня; профессии (специальности); места и адреса работы, должности; города регистрации или проживания; адреса электронной почты; адресов страниц Авторов в социальных сетях и прочих Интернет-сайтах.

8.5. Принимая участие в Конкурсе, Авторы конкурсной работы выражают свое согласие, что обработка персональных данных Авторов может осуществляться как с помощью средств вычислительной техники (автоматизированная обработка), так и без их применения.

Целями предоставления согласия Авторов на обработку их персональных данных является обеспечение соблюдения Организатором прав Авторов на имя, обеспечения равных условий для всех Участников и гласности проведения Конкурса, распространения его результатов. Срок, в течение которого действует согласие Авторов, равен сроку действия исключительного права на конкурсную работу. Отзыв согласия Авторов на обработку их персональных данных

осуществляется в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»².

8.6. Участники конкурса не вправе использовать созданные ими и направленные Организатору варианты Бренда (конкурсные работы), за исключением случая использования Автором на условиях безвозмездной, простой и неисключительной лицензии созданного им конкурсного варианта Бренда, признанного лучшим по результатам шестого этапа Конкурса, в целях саморекламы при распространении сведений о себе как об Участнике разработки Бренда.

8.7. Авторы вправе заключить отдельный договор с Организатором об отчуждении ему в полном объеме исключительных прав на разработанные ими варианты Бренда. Форма договора составляется и утверждается Организатором.

9. Заключительные положения

9.1. Настоящее Положение размещается на официальном сайте Конкурса, может быть изменено и/или дополнено Организатором в одностороннем порядке без какого-либо специального уведомления. Настоящее Положение является открытым и общедоступным документом.

² Приведены наиболее общие условия согласия на обработку персональных данных. При необходимости, объем предусмотренного проектом согласия может быть скорректирован структурным подразделением НИУ ВШЭ, обеспечивающем проведение Конкурса.

Кроме того, структурному подразделению НИУ ВШЭ, обеспечивающему проведение Конкурса, целесообразно обеспечить получение согласий на обработку персональных данных Участников в виде документа на бумажном носителе по форме, размещенной на странице Правового управления: https://legal.hse.ru/rndip/information_sharing.