



## **REGULAMIN KONKURSU „CREATIVE STUDENTS”**

I. Konkurs „Creative Students” powstał w ramach Polskiego Konkursu Reklamy KTR. Jest on skierowany do studentów uczelni wyższych (szkoły artystyczne, szkoły filmowe, szkoły reklamy, wydziały architektury).

II. Celem Konkursu jest promowanie młodych Twórców (reżyserzy, operatorzy, graficy, copywriterzy, twórcy nowych mediów) w środowiskach reklamowych, promowanie sztuki reklamowej wśród studentów uczelni wyższych oraz wyłonienie najlepszych prac.

III. Konkurs to również okazja dla studentów do spróbowania swoich sił w reklamie oraz szansa bycia ocenionym przez profesjonalne jury złożone z wybitnych twórców reklamowych.

### **IV. UCZESTNICZY**

Uczestnicy konkursu muszą być studentami uczelni wyższych zaproszonych do konkursu przez Klub Twórców Reklamy. Osoby te nie mogą pracować w chwili obecnej ani w przeszłości w agencjach reklamowych. W konkursie mogą brać udział osoby, które biegle władają językiem polskim i angielskim, potrafią obsługiwać oprogramowania komputera PC oraz udzielić organizatorom konkursu nieodpłatnie licencji na korzystanie z prac stworzonych w ramach konkursu, w zakresie opisanym w niniejszym regulaminie. Swoje kandydatury mogą zgłaszać tylko za pośrednictwem uczelni, w której studiuje.

### **V. ORGANIZATORZY**

Organizatorem konkursu jest Klub Twórców Reklamy oraz Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR.

### **VI. PRZEBIEG KONKURSU**

W konkursie uczestnicy startują w kategoriach:

- PRINT
- CYBER
- FILM
- DESIGN

Jeden zespół może być zgłoszony do dwóch kategorii.

### **ELIMINACJE SZKOLNE**

Uczelnia wyłania osobę lub zespół, które zgłasza do etapu eliminacji konkursu. Ilość miejsc w konkursie jest ograniczona. Liczy się kolejność zgłoszeń.

### **ELIMINACJE KONKURSU**

Wyznaczonego dnia uczestnicy będą poproszeni o stawienie się w siedzibie Organizatora bądź innym wskazanym wcześniej miejscu.

Uczestnicy wezmą udział w cyklu szkoleń kreatywnych prowadzonych przez pracowników kreacji agencji komunikacji reklamowych. Następnie przedstawiciel Jury przedstawi zespołom brief kreatywny. Od tego momentu uczestnicy będą mieli 72 godziny na stworzenie pracy na zadany temat i przesłanie jej na serwer FTP Organizatora. Wyjątkiem jest kategoria „Film”, w której uczestnicy przez cały czas trwania konkursu przebywają w Warszawie i prace składają osobiście w siedzibie Organizatora. Projekty muszą być przygotowane w wersji polskiej i angielskiej wg przedstawionych założeń:

**PRINT:** opracowanie layout'u reklamy prasowej w formacie A3 (297mmx420mm).

**CYBER:** opracowanie projektu strony www, kreacji lub innej formy najlepiej oddającej koncepcję kreatywną (strona www, kreacja banerowa, top layer, xhtml itp.).

**FILM:** nakręcenie 30-sekundowych filmów za pomocą telefonu komórkowego dostarczonego przez organizatora oraz zmontowanie na oprogramowaniu ADOBE. Filmy muszą być nagrane w formacie MPG na płytę CD.

**DESIGN:** opracowanie znaku graficznego/logotypu produktu lub opakowania.

Każdy uczestnik/zespół INDYWIDUALNIE przygotowuje maksimum 2 prace (każda w wersji polskiej i angielskiej). Materiały dostarczone po wyznaczonej dacie nie będą brały udziału w konkursie. Przedstawiciel Jury i Organizatora zbiera prace w wersjach elektronicznych, opieczętowane i

włącza do obrad Jury Polskiego Konkursu Reklamy. Ogłoszenie werdyktu jury odbędzie się na Gali konkursu Klubu Twórców Reklamy 27.04.2010 roku.

## VII. FORMA ZGŁOSZEŃ DO KONKURSU

Uczestnicy przesyłają wypełniony przez Uczelnię FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY dostępny na stronie [www.ktr.org.pl](http://www.ktr.org.pl) w zakładce STUDENTS na numer fax: 22 898 26 23 lub na adres e-mail: [lukasz.malinowski@sar.org.pl](mailto:lukasz.malinowski@sar.org.pl).

Formularz zgłoszenia do konkursu przesłany razem z regulaminem zawiera:

- pełną nazwę i adres uczelni, fax i numer telefonu,
- imię, nazwisko, wiek uczestników konkursu (data urodzenia),
- kierunek studiów/wydział,
- imię, nazwisko, stanowisko SUPERVISORA odpowiedzialnego z ramienia Uczelni za wytypowanie osób do konkursu,
- aktualne numery telefonów komórkowych zgłaszającego i uczestników konkursu.

**Udział w konkursie STUDENTS jest bezpłatny. Organizator pokrywa też koszty podróży i zakwaterowania osób spoza Warszawy.**

## VIII. NAGRODY

Nagrody będą przyznawane w każdej z czterech kategorii ( Print, Cyber, Film, Design). Zwycięska praca będzie prezentowana podczas Gali KTR, publikowana w festiwalowym katalogu, jak również na wystawie prezentującej prace nominowane i nagrodzone w Polskim Konkursie Reklamy.

Ponadto zwycięzcy zapraszani są na staże do agencji reklamowych oraz agencji brand design zrzeszonych w SAR.

## IX. PRAWA AUTORSKIE

Wyłącznym właścicielem praw autorskich do prac konkursowych są autorzy prac. Zobowiązują się oni w umowie podpisywanej z organizatorami konkursu, iż w ciągu dwóch lat od ogłoszenia wyników konkursu nie będą publikować lub wykorzystywać prac w jakichkolwiek kampaniach społecznych, reklamowych lub promocyjnych produktów, usług lub podmiotów, chyba że organizatorzy konkursu wyrażą na to zgodę na piśmie. W okresie wskazanym w zdaniu poprzednim autorzy mogą jednak prezentować prace konkursowe w swoich portfolio.

Osoby biorące udział w konkursie – na podstawie odrębnej umowy - przeniosą na rzecz organizatorów własność egzemplarzy prac konkursowych (wraz z nośnikami, na których utrwalono pracę) oraz udzielą organizatorom konkursu nieodpłatnej licencji wyłącznej na korzystanie z prac stworzonych w ramach konkursu na wskazanych umową polach eksploatacji i w następujących celach:

- cele informacyjne, promocyjne i reklamowe konkursu takie jak: katalog oraz płyta nagrodzonych prac, strony i portale www, mailingi informacyjne, filmy i prezentacje o konkursie, komunikacja mobilna, internetowa, prasowa.
- niektóre wskazane przez organizatorów prace będą dodatkowo nieodpłatnie użyte:
  - o print, cyber, film w ramach kampanii społecznej lub publicznej organizowanej przez Biuro Promocji Miasta st. Warszawy z wykorzystaniem wskazanych prac lub ich fragmentu w związku z briefem, dla którego zostały stworzone.
  - o design – prace autorów wybranych przez organizatorów konkursu, zostaną wykorzystane jako fragment części opakowania produktu sprzedawanego w ramach działalności gospodarczej Sponsora kategorii, oraz do komunikacji o sponsorowaniu kategorii design (katalog oraz płyta nagrodzonych prac, strony www, mailingi informacyjne, filmy i prezentacje o konkursie, komunikacja mobilna i internetowa informująca o sponsoringu kategorii design KTR'10). W wypadku chęci wykorzystania prac wskazanych autorów w ten lub inny sposób (np. w kampanii reklamowej lub promocyjnej) sponsor zawrze oddzielnie negocjowane umowy bezpośrednio z autorami prac w celu nabycia od nich stosownych praw.