

# Открытый конкурс школьников «Конкурс юных» 2015

Направление «Юный рекламист»



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Конкурс	Юный рекламист (очный этап).
<b><u>Задание 1.</u></b>	<b>Разработать концепцию коммуникационной кампании</b> по теме «Продвижение детских библиотек в России», включающую следующие обязательные пункты: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Название</li><li>2. Описание проблемы</li><li>3. Описание целевой аудитории</li><li>4. Каналы коммуникации</li><li>5. Идея</li><li>6. Основное сообщение</li></ol>
<b>Текущая ситуация.</b>	<b>2015 год Указом Президента РФ В.В. Путина (от 12 июня 2014 года) объявлен Годом Литературы.</b> <p>«Год литературы» — комплексная государственная программа, направленная на развитие у россиян интереса к русской и зарубежной литературе, пропаганду чтения и книжной культуры во всех ее проявлениях.</p> <p>Одно из направлений «Года литературы» - работа с библиотеками и популяризация чтения среди молодого поколения. Практически в каждом городе России есть детские библиотеки, предоставляющие своим читателям доступ к безопасной и качественной информации.</p> <p><i>Детские библиотеки России – специализированные библиотеки, обслуживающие детей до 14 лет (включительно), их родителей, учителей, воспитателей и других пользователей, профессионально занимающихся вопросами детского чтения и детской литературы, культуры и информации для детей.</i> Только в Москве их около 200 (в том числе библиотеки семейного чтения). Однако в последние годы все меньше детей приходят в библиотеки, предпочитая чтение книг онлайн играм и социальным сетям, и печатная книга, как явление культуры, находится под угрозой исчезновения.</p> <p>По данным опросов, проведенных Фондом общественного мнения, интерес россиян к библиотекам ежегодно падает. В 2013 году 30% респондентов ответили, что никогда не посещали библиотеку, а 52% - что не помнят, когда были в библиотеке последний раз. Поэтому библиотекам России сейчас необходимо искать новые способы привлечения аудитории, особенно среди молодежи, которая все больше отдает предпочтение Интернет - источникам.</p>

**Задания заключительного (очного) этапа**

# Открытый конкурс школьников «Конкурс юных» 2015

Направление «Юный рекламист»

<b>Задание 2.</b>	<p><b>В октябре Ростуризм выбрал победителей конкурса на лучший бренд России.</b></p> <p>Посмотрите на макет логотипа одного из призеров и ответьте на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) Какой продукт рекламируется?</li><li>2) Кто является целевой аудиторией бренда?</li><li>3) Каковы основные преимущества позиционирования продукта?</li><li>4) Каков слоган бренда? Как Вы его понимаете?</li><li>5) Что "правильного" и "не правильного" в макетах? (+/- по каждому)? – обоснуйте ваше мнение</li></ol> <div data-bbox="890 607 1153 931" style="text-align: center;"><p><b>RUSSIA</b> YOUR SOUL IS HERE</p></div> <div data-bbox="788 994 1257 1088" style="text-align: center;"><p>+ P + R + ♥ = 🔥</p></div>
<b>Задание 3.</b>	<p>Перед вами два логотипа. Необходимо ответить на следующие вопросы.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Восстановите, пожалуйста, коммуникационную концепцию разработчиков данных логотипов.<ol style="list-style-type: none"><li>1.1. Какая, на Ваш взгляд, была заложена идея?</li><li>1.2. Какие приемы были использованы для ее реализации?</li><li>1.3. Каков основной месседж данных логотипов?</li></ol></li><li>2. Один из представленных логотипов был подвергнут критике, были предъявлены претензии во взаимствовании.<ol style="list-style-type: none"><li>2.1. Какой из представленных логотипов, на ваш взгляд, вторичен?</li><li>2.2. Корректны ли с вашей точки зрения эти претензии или нет?</li></ol></li></ol>
<div data-bbox="338 1675 735 1865" style="text-align: center;"><p><b>НОВАЯ МОСКВА</b> Пространство для жизни</p></div>	<div data-bbox="1021 1624 1468 1825" style="text-align: center;"><p>Ребрендинг компании Unilever 2012 Bruce Mau Design (Toronto)</p></div> 