РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ
Администрация муниципального образования
«Усть-Илимский район»

О Т Д Е Л О Б Р А З О В А Н И Я

П Р И К А З

от 08.10.2018 **г. Усть-Илимск** **№ 163**

О проведении муниципального конкурса
«Твоя жизнь в твоих руках»

В целях пропаганды здорового образа жизни и для формирования негативного отношения к зависимостям, руководствуясь п.п. 62.2 Положения об Отделе образования Администрации муниципального образования «Усть-Илимский район» (далее – Отдел образования),

П Р И К А З Ы В А Ю :

1. Провести муниципальный конкурс «Твоя жизнь в твоих руках» с 09.10.2018 года по 16.11.2018 года.

2. Утвердить Положение о Конкурсе, разработанное на основе Положения о проведении областного конкурса «Твоя жизнь в твоих руках».

3. Утвердить организационный комитет по подготовке и проведению конкурса в следующем составе:
   Агалакова А.В., ведущий специалист по воспитательной работе и дополнительному образованию;
   Игнатьева А.Ю., методист муниципального ресурсно-образовательного центра» (далее МРОЦ).

4. Утвердить состав конкурсной комиссии:
   - Краснобаева И.Н., региональный исполнитель ОГКУ "Центр профилактики наркомании", председатель конкурсной комиссии;
   - Середкина М.С., директор ООО «РГ Медиа-Плюс»;
   - Нелин А.Н., начальник отдела по делам несовершеннолетних межмуниципального отдела МВД РФ «Усть-Илимский»;
   - Агалакова А.В., ведущий специалист Отдела образования по воспитательной работе и дополнительному образованию;
   - Игнатьева А.Ю., методист МРОЦ;
   - Мустафина А.В., методист МРОЦ.

5. Контроль исполнения настоящего приказа возложить на Игнатьеву А.Ю. методиста МРОЦ.

Начальник
Отдела образования Т.О. Черемных

ПОЛОЖЕНИЕ
о проведении муниципального этапа конкурса социальной рекламы антинаркотической направленности и пропаганды здорового образа жизни «Твоя жизнь в твоих руках»

I. Общие положения

1.1. Настоящее положение определяет порядок и регламент проведения муниципального этапа конкурса социальной рекламы антинаркотической направленности и пропаганды здорового образа жизни «Твоя жизнь в твоих руках» (далее Конкурса).

1.2. Руководство конкурсом осуществляет организационный комитет (далее - Оргкомитет), в состав которого входят представители Отдела образования Администрации муниципального образования «Усть-Илимский район».

1.3. Конкурс социальной рекламы антинаркотической направленности и пропаганды здорового образа жизни разработан в соответствии со следующими нормативно-правовыми документами:

- Конвенция ООН о правах ребенка от 20 ноября 1989 г.
- Федеральный закон от 21 декабря 2004 г. № 170-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации»
- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
- «Национальная доктрина образования» Правительства РФ от 04 октября 2000 г. № 30384
- Федеральный закон от 24 июня 1999 г. № 120-ФЗ «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних».
- Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
- Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
- Концепция государственной политики профилактики наркомании и правонарушений, связанных с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ в Российской Федерации от 12 сентября 2007 г.
- Концепция профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде, (письмо Минобрнауки России № МД-1197/06 от 5 сентября 2011 г.)

II. Цель и задачи конкурса

2.1. Цель конкурса – привлечение обучающихся к созданию социальной рекламы, направленной на эффективную пропаганду ЗОЖ.

2.2. Основные задачи конкурса:

- содействие формированию у обучающихся активной гражданской социально ответственной позиции;
- формирование комплекса наглядных практических материалов в форме образцов социальной рекламы, позволяющих оказать воздействие на формирование позитивного общественного мнения, здорового образа жизни в подростковой среде;
- выявление и поощрение школьных наркопостов (постов «Здоровье+», Кабинетов профилактики), активно использующих социальную рекламу в рамках профилактики социально-негативных проявлений несовершеннолетних в общеобразовательных учреждениях;
- поддержка творческих, креативно мыслящих обучающихся в сфере социальной рекламы, реализуемой через средства массовой информации и расширение знаний в области PR – технологий.

III. Номинации конкурса социальной рекламы:

3.1. Конкурс проводится в двух номинациях:

1. Социальный видеоролик;
2. Социальный рекламный баннер.

3.2. Примерная тематика конкурсных работ:

- «Духовно – нравственные основы жизни»;

— «Любовь и дружба»;
— «Досуг – дело серьезное»;
— «Здоровье – это здорово»;
— «Модная тема»;
— «Герой нашего времени»;
— «Человек успешный»;
— «Здоровое поколение NEXT»;
— «Я родом из Семьи» («Семейные ценности»);
— «О, спорт, ты – жизнь!»;
— «Реклама - двигатель к здоровью» (за чистоту и позитив в информационном поле);
— «Безобидные» игры».

IV. Участники конкурса

4.1. Участниками конкурса могут стать обучающиеся 8-11 классов, воспитанники и студенты государственных образовательных организаций, педагоги образовательных учреждений, родители, члены общественных наркопостов (постов «Здоровье +», кабинетов профилактики), волонтерских/добровольческих движений.

V. Организация, условия и сроки проведения конкурса

5.1. Конкурс проводится в период с 01.10.2018г. по 30.12.2018 г. в 3 этапа.
5.2. 1-й этап – отборочный (муниципальный) с **09.10.2018г.** по **16.11.2018 г.** Срок подведения итогов текущего конкурса **30.11.2018г.**
2-й этап – областной (проводится в виде экспертизы с 01.12.2018 по 15.12.2018 г.);
- подведение итогов с 15.12.2018 г. по 30.12.2018 г.

VI. Подведение итогов конкурса

6.1 Оценка конкурсных работ и определение победителей проводится конкурсной комиссией.
6.2. Критерии оценки:
- соответствие номинации;
- соответствие теме;
- актерское мастерство (номинация видеоролик); рекламный слоган (номинация рекламный баннер);
- грамотность/профессионализм решения (эффективность рекламных, социальных методик и технологий);
- социальная значимость;
- позитивность и креативность (новизна идеи, оригинальность, гибкость мышления авторов);

6.3 Решение Конкурсной комиссии по определению победителей конкурса принимается открытым голосованием большинством голосов от установленного числа членов Конкурсной комиссии. При равенстве голосов решающим является голос председателя Конкурсной комиссии.
На основании протоколов муниципальной экспертной группы, присуждаются I, II, III место, участники награждаются Дипломами и Грамотами.

VII. Прочие условия

7.1. Присланные конкурсные работы возврату не подлежат и отзывы на них не предоставляются.
7.2. Организаторы конкурса оставляют за собой право использовать конкурсные работы в некоммерческих целях и без денежного вознаграждения автора (авторского коллектива).

Технические требования, предъявляемые к конкурсным работам:

Видеоролик	Социальный рекламный баннер
— CD/DVD/Flash в формате AVI (хронометраж не более 90 секунд, субтитры на русском языке). — Каждый ролик подается файлом, блоги не принимаются. — При использовании музыкального сопровождения обязательно указывать автора музыки и текста, учитывать авторские права. — Обложка CD/DVD (Coverdesign) в электронном виде в формате JPEG/TIFF для публикации в каталоге и на веб-ресурсе. — Текстовое описание сюжета/ сценарий.	— CD/DVD/Flash носители — Формат файлов TIFF, BMP, JPG цветовая система CMYK. Для динамических баннеров SWF/ GIFF стандартных размеров (500*100, 468*120, 240*100, 120*600, 160*400). — Размер изображения: 420 мм на 297 мм, разрешение 300dpi. — Текст на русском языке. — Содержательное и техническое описание представленных материалов (объемом до 1 стр. шрифт 14, одинарный междустрочный интервал, бумага А4). — На листе А4 представить цветную распечатку каждой работы.

Общие требования, предъявляемые к конкурсным работам

Видеоролик	Социальный рекламный баннер
- это непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров в игровой или анимационной форме (не более 90 секунд)	Баннер (в том числе динамический баннер) должен содержать тематический сюжет (возможно анимацию) или смену визуальных образов картинок
— Конкурсная работа, ее содержание, сюжет, действие сценических лиц и персонажей не должны противоречить законодательству Российской Федерации. — Текст (сюжет) рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным (разрывающий основную цель). — Конкурсная работа должна носить позитивный, жизнеутверждающий характер. — Обязательно наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, графические элементы. — Отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений). — Рекламный материал должен соответствовать законодательству Российской Федерации и тематике конкурса (соответствие номинациям). В представляемых конкурсных работах не должно быть: информации о религиозных движениях, названий и упоминаний о конкретных марках товаров, товарных знаках, высказываний, несущих антигосударственный смысл, изображений интимных сцен, информации в любой форме унижающей достоинство человека или группы людей. — Запрещается использование чужих текстов дизайна.	