



# PRÊMIO DE DESIGN E PUBLICIDADE E PROPAGANDA-CATEGORIA PROFISSIONAL.

2016

Na categoria **PROFISSIONAL**, podem ser inscritos trabalhos produzidos para clientes e veiculados até 12 meses antes da inscrição.

## **Artigo 1º – dos participantes**

Podem participar as agências de publicidade de Araraquara e região, além de produtoras de áudio e vídeo. É importante citar sempre a ficha técnica de produção e informar aos parceiros sobre a inscrição para que não haja duplicidade de inscrições.

## **Artigo 2º – quantidade de peças**

Cada participante poderá inscrever apenas um (01) trabalho em cada categoria do regulamento. Caso exista mais de uma inscrição com o mesmo nome, todas serão anuladas.

## **Artigo 3º – Categorias**

**I. Campanhas Institucionais**

**II. Campanhas Comerciais**

**III. Vídeos para internet**

**IV. Planejamento de Marketing Digital**

**V. Spot/ Jingles**

**VI. Produção de TV – institucional**

**VII. Produção de TV – comercial**

**VIII. Jornal**

**IX. Outdoor**

**X. Revista**

**XI. Logomarca/ logotipo**

## **Artigo 4º – Normas de apresentação dos trabalhos**

**I. Campanhas Institucionais** - As peças da campanha devem ser inscritas como um único produto. Será considerada campanha o mínimo de três mídias diferentes, sendo duas impressas. As peças inscritas na categoria campanha não poderão ser inscritas em outra categoria. Os trabalhos da categoria Planejamento de Mídia Digital devem estar publicados no formato PDF em serviços de armazenamento na nuvem, tais como Dropbox, One Drive ou Google Drive, além de ter seus respectivos links (URL) de compartilhamento devidamente inseridos no formulário de inscrição on-line. O documento deverá ter a campanha completa, a saber: textos, tabelas, gráficos e artes. As peças audiovisuais deverão estar publicadas no Youtube, quando se tratar de vídeo e no SoundCloud,



# PRÊMIO DE DESIGN E PUBLICIDADE E PROPAGANDA-CATEGORIA PROFISSIONAL.

2016

quando se tratar de áudio. Suas respectivas URLs de compartilhamento deverão estar em destaque (negrito, tamanho de fonte maior que todo o texto utilizado na descrição da campanha e na cor vermelha). No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os seguintes itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação.

**II. Campanhas Comerciais** –As peças da campanha devem ser inscritas como um único produto. Será considerada campanha o mínimo de três mídias diferentes, sendo duas impressas. As peças inscritas na categoria campanha não poderão ser inscritas em outra categoria. Os trabalhos da categoria Planejamento de Mídia Digital devem estar publicados no formato PDF em serviços de armazenamento na nuvem, tais como Dropbox, One Drive ou Google Drive, além de ter seus respectivos links (URL) de compartilhamento devidamente inseridos no formulário de inscrição on-line. O documento deverá ter a campanha completa, a saber: textos, tabelas, gráficos e artes. As peças audiovisuais deverão estar publicadas no Youtube, quando se tratar de vídeo e no SoundCloud, quando se tratar de áudio. Suas respectivas URLs de compartilhamento deverão estar em destaque (negrito, tamanho de fonte maior que todo o texto utilizado na descrição da campanha e na cor vermelha). No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os seguintes itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação.

**III. Vídeos para internet** - Os trabalhos da categoria Vídeos para Internet deverão estar publicados obrigatoriamente no Youtube e suas respectivas URLs de compartilhamento deverão ser inseridas no formulário de inscrição on-line. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os seguintes itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação.

**IV. Planejamento de Marketing Digital** - Os trabalhos da categoria Planejamento de Mídia Digital devem estar publicados no formato PDF em serviços de armazenamento na nuvem, tais como Dropbox, One Drive ou Google Drive, além de ter seus respectivos links (URL) de compartilhamento devidamente inseridos no formulário de inscrição on-line. O documento deverá conter os objetivos do planejamento, proposta, estratégias e resultados alcançados. Todas as peças utilizadas na campanha deverão estar presentes dentro do arquivo PDF. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os seguintes itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação.

**V. Spot/Jingles** Os Jingles deverão estar publicados no serviço de publicação de áudio SoundCloud e ter seus respectivos links (URL) de compartilhamento devidamente inseridos no formulário de inscrição on-line. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação. Deve-se ter cuidado especial quanto à qualidade do áudio para que detalhes como baixa resolução não interfiram na avaliação dos jurados.



## PRÊMIO DE DESIGN E PUBLICIDADE E PROPAGANDA-CATEGORIA PROFISSIONAL.

2016

**VI. Vídeo institucional** Os trabalhos da categoria Vídeo Institucional deverão estar publicados obrigatoriamente no Youtube e suas respectivas URLs de compartilhamento deverão ser inseridas no formulário de inscrição on-line. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação.

**VII. Vídeo comercial** - Os trabalhos da categoria Vídeo Comercial deverão estar publicados obrigatoriamente no Youtube e suas respectivas URLs de compartilhamento deverão ser inseridas no formulário de inscrição on-line. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação.

**VIII. Jornal – anúncios** Os anúncios em Jornal deverão estar publicados em serviços de armazenamento na nuvem, tais como Dropbox, One Drive ou Google Drive, além de ter seus respectivos links (URL) de compartilhamento devidamente inseridos no formulário de inscrição on-line. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação. Deve-se ter cuidado especial quanto à qualidade da imagem para que detalhes como baixa resolução não interfiram na avaliação dos jurados. O tamanho máximo do arquivo não deve exceder 8MB.

**IX. Outdoor** -As peças de outdoor deverão estar publicadas em serviços de armazenamento na nuvem, tais como Dropbox, One Drive ou Google Drive, além de ter seus respectivos links (URL) de compartilhamento devidamente inseridos no formulário de inscrição on-line. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação. Deve-se ter cuidado especial quanto à qualidade da imagem para que detalhes como baixa resolução não interfiram na avaliação dos jurados. O tamanho máximo do arquivo não deve exceder 8MB

**X. Revista** Os anúncios em revista deverão estar publicados em serviços de armazenamento na nuvem, tais como Dropbox, One Drive ou Google Drive, além de ter seus respectivos links (URL) de compartilhamento devidamente inseridos no formulário de inscrição on-line. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça, período de veiculação. Deve-se ter cuidado especial quanto à qualidade da imagem para que detalhes como baixa resolução não interfiram na avaliação dos jurados. O tamanho máximo do arquivo não deve exceder 8MB.

**XI. Logomarca, logotipo:** Os logotipos deverão estar publicados em serviços de armazenamento na nuvem, tais como Dropbox, One Drive ou Google Drive, além de ter seus respectivos links (URL) de compartilhamento devidamente inseridos no formulário de inscrição on-line. No campo denominado “Informações”, deverão ser inseridos os itens: categoria, agencia, nome da peça, cliente, título da peça



## PRÊMIO DE DESIGN E PUBLICIDADE E PROPAGANDA-CATEGORIA PROFISSIONAL.

2016

período de veiculação. Deve-se ter cuidado especial quanto à qualidade da imagem para que detalhes como baixa resolução não interfiram na avaliação dos jurados. O tamanho máximo do arquivo não deve exceder 8MB.

**Artigo 5º – Valor da Inscrição** - Cada trabalho terá valor de R\$ 20,00 considerando uma peça por categoria.

Para cada trabalho deve ser recolhida uma taxa de R\$ 20,00 através de depositado **(obrigatoriamente com depósito identificado)**, em conta corrente em nome da Associação São Bento de Ensino, Banco Itaú, Agência 0043, conta corrente 43.560-1 e o recibo deverá ser publicado em serviços de armazenamento na nuvem, tais como Dropbox, One Drive ou Google Drive e ter seu respectivo link (URL) de compartilhamento devidamente inserido no campo RECIBO DE PAGAMENTO disponível no formulário de inscrição on-line.

**Artigo 6º –Inscrição.**

As inscrições deverão ser feitas no período de 02 a 09 de maio de 2016, das 8 às 22 pelo link:

<http://premiodesignepubli.wix.com/2016>

<http://www.uniara.com.br/cursos/presencial/graduacao/design-digital/>

<http://www.uniara.com.br/cursos/presencial/graduacao/publicidade-e-propaganda/>

**Artigo 7º – Jurados**

Serão convidados docentes da área de comunicação.

**Artigo 8º- Premiação**

A premiação acontecerá no dia 18 de maio de 2016 no Auditório José Araújo Quirino dos Santos, as 19h30

**Artigo 9ª-Casos diferenciados** serão julgados pela coordenação do curso e docentes.

**Artigo Único:** As categorias que apresentarem apenas uma inscrição não serão julgadas