*Форма заполнения заявки для участия в конкурсе*

**Заявка на участие в конкурсе рекламно-информационных кампаний субъектов Российской Федерации**

**«Если тебе сложно – просто позвони!»**

1. **Паспорт участника**

- название субъекта Российской Федерации;

- контактное лицо: фамилия, имя, отчество, должность, контактный телефон (с кодом города), e-mail.

1. **Описание кампании, в том числе:**

- актуальность проведения кампании;

- название и слоган;

- цели и задачи;

- целевая аудитория;

- стратегия и план проведения кампании.

1. **Описание комплекса мероприятий, проведенных в рамках кампании**

- **pr-акции** (если есть): названия, сроки проведения, цели и задачи каждой акции, целевые аудитории каждой акции, достигнутые результаты;

- **реклама на ТВ и/ или радио** (если есть): количество и хронометраж видео-/ аудиороликов, количество каналов/ радиостанций, на которых размещались видео-/ радиоролики, общее количество минут показа (необходимо приложить копии эфирных справок);

- **информационные передачи** на ТВ и/ или радио (если есть): количество вышедших передач, их хронометраж, тематика, краткое описание;

- **реклама в общественных местах** (на улицах, в метро, в магазинах, прочее):

∙ использованные плакаты (количество, размеры, целевая аудитория): объемы размещения (описание использованных рекламных поверхностей, виды, размеры, количество каждого вида, сроки размещения на поверхностях каждого вида);

∙ использованные видео- и аудиоролики (аудио- и видеореклама в общественных местах, общественном транспорте, на улице): количество и хронометраж видео-/ аудиороликов, целевая аудитория, места размещения и их количество, общее количество минут показа;

- **реклама в сети Интернет**: размещение интернет-баннеров (на каких порталах размещались, сроки размещения);

- **размещение публикаций** по теме кампании: издания, количество публикаций;

- **создание и распространение печатной продукции**: виды продукции, целевая аудитория, где распространялась;

- **создание и распространение сувенирной продукции**: виды продукции, целевая аудитория, где распространялась;

- **иное**.

1. **Анализ результатов информационной кампании**

- оценка знания о телефоне доверия среди представителей целевой аудитории Участника (статистические и аналитические данные);

- изменение количества обращений на телефон доверия во время реализации кампании и по ее итогам (статистические данные).

1. **Прилагаемые РИМ:**

К оригиналу заявки должны быть приложены по 4 экз. РИМ, созданных и использованных в рамках компании, по описи. Требования к РИМ указаны в примечании к приложению № 1.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

должность представителя участника, уполномоченного подписать заявку

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

подпись ФИО

м.п.

Примечание:

**Требования к прилагаемым материалам:**

ТВ-ролики, передачи на ТВ: файлы в формате \*.avi или \*.vmf, размеры изображения 640х480. К оригиналу заявки прилагается диск (диски) с ТВ-роликами.

Аудиоролики, радиопередачи: файлы в формате \*.mp3. К оригиналу заявки прилагается диск (диски) с аудиороликами.

Плакаты для рекламы в общественных местах: напечатанные изображения размером А4 с указанием реальных размеров.

Интернет-баннеры: файлы в формате \*.gif, \*.jpg либо \*.swf.

Публикации: для каждой публикации - скан полосы издания с полным текстом статьи. Текст должен быть читабельным, должно быть указано издание, его номер и дата выхода материала.

Печатная продукция (буклеты, лифлеты, книги, прочее): оригинал продукции либо его макет с описанием размеров, количества полос. Предоставляемый макет (текст на макете) должен быть читаемый.

Сувенирная продукция (календари, магниты, прочее): образец продукции либо его фотография с указанием реальных размеров.