

2.3. Приобретение необходимого опыта практической работы для освоения профессиональных компетенций в сфере связей с общественностью и журналистики, определенных соответствующей образовательной программой высшего профессионального образования.

2.4. Формирование у студентов основных понятий о единой информационной политике компании посредством формирования положительного имиджа ООО «Газпром добыча Оренбург» в регионе.

2.5. Развитие практических навыков у студентов, обучающихся на специальностях «Реклама и связи с общественностью» и «Журналистика».

2.6. Выявление лучших примеров информационных, социальных, благотворительных, экологических и других PR-проектов, которые принесут пользу жителям города Оренбурга и Оренбургской области, а также благоприятно скажутся на имидже ООО «Газпром добыча Оренбург».

3. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА

Студенты 2-го и 3-го курсов бакалавриата, 1-го курса магистратуры направлений «Реклама и связи с общественностью» и «Журналистика».

4. ОРГАНИЗАТОРЫ

Служба по связям с общественностью и средствами массовой информации ООО «Газпром добыча Оренбург».

5. СРОКИ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

5.1. Конкурс проводится с 1 февраля по 30 апреля 2024 года в несколько этапов:

I этап – участники предоставляют PR-проекты организатору не позднее 30 апреля 2024 года.

II этап – рассмотрение экспертной комиссией поданных на конкурс проектов, формирование шорт-листа не позднее 1 июня 2024 года. 5 участников, вошедших в шорт-лист, пройдут психологическое тестирование на определение личностных особенностей (тип мышления, мотивация, уровень стрессоустойчивости, межличностная сфера).

III этап – очное собеседование конкурсантов, вошедших в шорт-лист, с пресс-секретарем – начальником ССОиСМИ Общества, защита проекта до 15 июня 2024 года.

5.2. Организаторы вправе вносить изменения в сроки проведения конкурса.

5.3. Студент вправе выбрать для участия в конкурсе любой вид PR-мероприятия, направленного на поддержание положительного имиджа ООО «Газпром добыча Оренбург» на территории города и области.

5.4. От одного участника принимается один проект.

5.5. Проект направляется в службу по связям с общественностью и средствами массовой информации ООО «Газпром добыча Оренбург» на адрес электронной почты: a.eremeek@gdo.gazprom.ru.

Контактные лица: пресс-секретарь – начальник службы по связям с общественностью и СМИ Еремеек Анна Олеговна; специалист по связям с общественностью и СМИ Бочкарева Алена Ивановна, телефон: (3532) 73-07-39, a.bochkareva@gdo.gazprom.ru.

5.6. По итогу конкурса выявляются два победителя, с которыми будет заключен срочный трудовой договор сроком на 1 (один) месяц.

6. ТЕМЫ КОНКУРСА

6.1. Студент вправе выбрать любую тему, связанную с деятельностью ООО «Газпром добыча Оренбург» (социальная, экологическая, образовательная, благотворительная и т. д.).

6.2. Выбранная тема проекта не должна противоречить информационной политике и вредить имиджу ООО «Газпром добыча Оренбург».

6.3. Проект должен включать следующие этапы:

– разработка стратегии, постановка целей и задач PR-проекта, определение связи с общей концепцией информационной политики предприятия;

– определение целевой аудитории;

– создание общей концепции PR-проекта (разработка идеи, позиционирование, выбор PR-инструментов и т. п.);

– подготовительный этап и выбор формата реализации проекта, разработка медиаплана;

– формирование списка предположительных финансовых издержек (при необходимости);

– прогноз имиджевой эффективности от реализации проекта.

7. ТРЕБОВАНИЯ К КОНКУРСНЫМ РАБОТАМ

1. Актуальность.
2. Корректность и точность в подаче фактуры о предприятии.
3. Соответствие основным требованиям PR-кампании.
4. Практическая направленность проекта.
5. Применение современных инструментов реализации проекта.

Итоги конкурса будут подведены на основе материалов о проекте, которые участникам необходимо представить в электронном виде.

В комплект материалов входят:

1. Текстовый бриф проекта, включающий название, указание автора, прогнозные сроки, целевую аудиторию, цели и задачи, тактику реализации и креативные решения.

2. Презентация с максимальным объемом 15 (пятнадцать) слайдов. Оформление и структура презентации, внешний вид слайдов – на усмотрение участников.

3. Видеоролик с рассказом о проекте. Длительность видео не более пяти минут. Допустимые форматы файла: mp4 или avi. Видео должно иметь качественное разрешение FullHD (1920x1080 с соотношением сторон видео 16:9) и горизонтальную ориентацию кадра.

Материалы необходимо загрузить на любое облачное хранилище и направить на адрес электронной почты: a.eregmeek@gdo.gazprom.ru, тема письма «Конкурс PR-проектов».

10. СОСТАВ КОНКУРСНОЙ КОМИССИИ

Еремеек А.О. – пресс-секретарь – начальник службы по связям с общественностью и средствами массовой информации ООО «Газпром добыча Оренбург», председатель комиссии;

Тюрина Т.Н. – начальник отдела организации труда и заработной платы ООО «Газпром добыча Оренбург»;

Антипова А.А. – начальник отдела кадров и трудовых отношений ООО «Газпром добыча Оренбург»;

Давиденко Е.В. – начальник учебно-производственного центра ООО «Газпром добыча Оренбург»;

Молокова Н.В. – старший специалист по кадрам ВЧ ООО «Газпром добыча Оренбург»;

Комиссарчик И.В. – главный редактор сетевого издания «Оренбург Медиа» (независимый эксперт).

Пресс-секретарь – начальник службы по связям с общественностью и СМИ ООО «Газпром добыча Оренбург»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Подписал Еремеек Анна Олеговна
Идентификатор пользователя 520

Еремеек

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОНКУРСНЫХ РАБОТ

При оценивании конкурсных работ участников члены комиссии выставляют оценки по 5-балльной шкале. Оценка работ проводится по следующим критериям:

1. Креативный подход.
2. Оригинальность подачи.
3. Соответствие проекта информационной политике ООО «Газпром добыча Оренбург».
4. Качество контента.
5. Реальность реализации проекта в указанный срок.

Каждый член комиссии заполняет конкурсную ведомость (Таблица 1). Завершающим этапом подведения итогов является обсуждение комиссией конкурсных работ, по результатам которого составляется сводная ведомость и протокол.

ТАБЛИЦА 1 – конкурсная ведомость

№ п/п	Ф.И.О. участника	Название проекта	Креативный подход	Оригинальность подачи	Соответствие проекта информационной политике предприятия	Качество контента	Реальность реализации проекта в указанный срок	Общее количество баллов
1								
2								