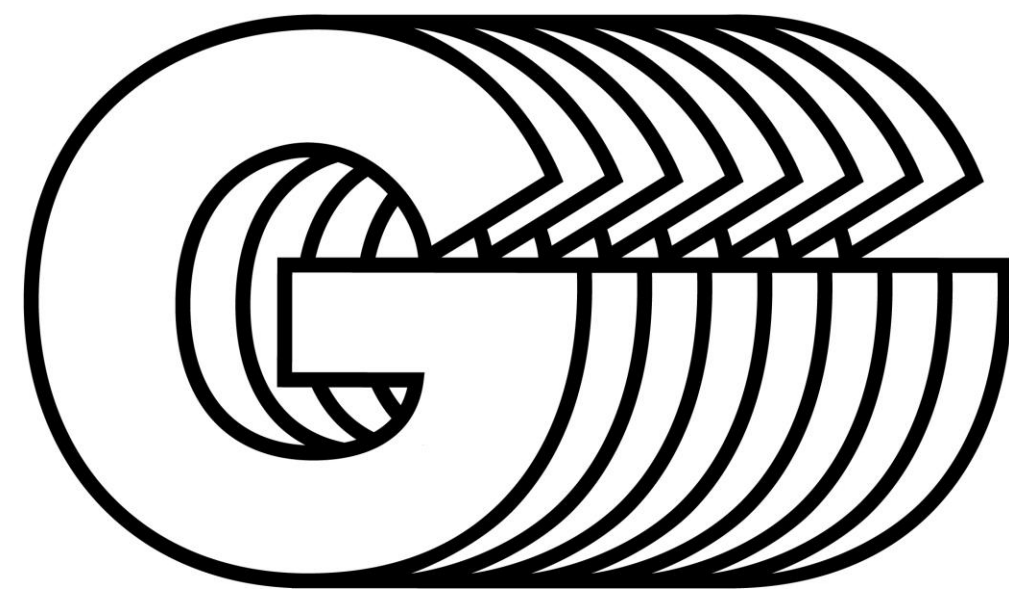


**ГАЙДБУК
ДЛЯ УЧАСТНИКОВ
КОНКУРСА**





О ФЕСТИВАЛЕ

Great Eight – это первый на российском рынке фестиваль, посвященный digital рекламе. Цель фестиваля – объединить творческих людей со всего мира и создать среду для развития креативной индустрии.

Фестиваль состоит из трех частей:

- Конкурс
- Конференция
- Церемония Награждения

ДЛЯ КОГО

Конкурс открыт для всех специалистов digital-рекламы. G8 принимает заявки от представителей агентств, студий, брендов, медиа и фрилансеров.

СТОИМОСТЬ

\$1

Цена подачи заявки – \$1.

Стоимость не меняется до конца приема заявок.



КТО ОЦЕНИВАЕТ РАБОТЫ?

В жюри фестиваля – более 50 лучших специалистов российского и зарубежного рекламного рынка. Среди них: креативные и дизайн-директора, руководители направления маркетинг, стратегия, социальные медиа, разработка, продакшен.

Жюри делится на Executive и The Great Eight. Организаторы G8 самостоятельно приглашают членов жюри в состав Executive и The Great Eight.

В состав жюри Executive войдут профессионалы российского и зарубежного рекламного рынка – директора крупнейших рекламных агентств, маркетинг-директора транснациональных брендов, владельцы дизайн- и продакшен-студий, а также известные независимые специалисты.

Члены жюри Executive формируют состав жюри Preselection. Они имеют право назначить от 5 до 10 доверенных специалистов как из собственной компании, так и из других организаций.

The Great Eight – это восемь известных профессионалов зарубежного рынка. Они не только выбирают шорт-лист и победителей на фестивале, но и выступают в качестве спикеров на конференции G8 2, 3 и 4 декабря 2020 года.

Имена членов жюри и подробная информация о них публикуется на сайте фестиваля.



ТАЙМЛАЙН МЕРОПРИЯТИЯ

Прием работ
до 9 ноября

Техническая модерация
10-11 ноября

Отбор в Long List (Executive Jury)
до 20 ноября

Во время подачи работ Модератор фестиваля проверяет работы на соответствие техническим требованиям.

Если участник не приложил все необходимые материалы или работа не соответствует техническим требованиям G8, Модератор связывается с ним для исправления ошибок. Если все в порядке, работа проходит на следующий этап.

Жюри Executive оценивают проекты в каждой номинации по критерию “За” и “Против”. Работы распределяются между представителями жюри случайным образом. Каждая из них должна получить минимум пять оценок. Работы, которые получили минимум три оценки “против”, выбывают из конкурса. Остальные – проходят в следующий этап.

Отбор в Short List (The Great Eight)
до 27 ноября

Очный выбор победителей
1 декабря

Конференция и церемония награждения
3 и 4 декабря

Каждый член жюри The Great Eight оценивает все работы по стобалльной шкале. Оценки членов жюри суммируются для каждой работы. Пять работ, набравшие максимальный балл в каждой номинации, проходят в следующий этап.

Жюри The Great Eight выберет победителей на фестивале очно. Победители определяются общим решением жюри.

Жюри имеют право выбрать до 3-х равнозначных победителей в каждой номинации без присуждения мест, или оставить номинацию без победителей.

Члены жюри не имеют права голосовать за свои проекты или проекты компаний, в которых они работают. Все оценки членов жюри будут опубликованы в открытом доступе на сайте G8 после завершения каждого из этапов голосования.



КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТ ИНДУСТРИИ РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА

Каждая работа оценивается в каждой номинации независимо от общего уровня работ на фестивале или в определенной номинации.

На основе методики Майкла Конрада* (президент Berlin School of Creative Leadership и бывший креативный директор Leo Burnett в Германии) мы разработали релевантные для G8 критерии оценки работ на всех этапах:

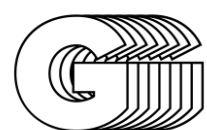
1. Соответствие номинации
2. Попадание в бренд: работает на бренд, подчеркивает достоинства бренда и выделяет его из череды других
3. Попадание в ЦА
4. Четко выражена мысль
5. Мастерски сделано: высокий уровень исполнения, проработанность и точность деталей
6. Свежая идея: отличается от рекламы в своей категории, никто так раньше не делал, оригинально
7. Новое в диджитал: оригинальное решение, которое заставляет по-новому смотреть на возможность именно диджитал-среды, инструментов, коммуникации
8. Эмоционально: меня это по-настоящему поразило



КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТ ИНДУСТРИИ МУЗЫКИ И ЗВУКА

Каждая работа оценивается в каждой номинации независимо от общего уровня работ на фестивале или в определенной номинации.

1. Креативный подход, нестандартное мышление и реализация проекта
2. Качество записи, сведения мастеринга, жанровый контекст продакшена, фактуры звука, эффекты, обработки
3. Гармонический план, основная мелодия, хук, подбор инструментов
4. Описание проекта.
5. Актуальность работы, трендовость (в рамках жанра).
6. Уникальность исполнителя.
7. Эмоционально: меня это по-настоящему поразило



УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ:

Прием работ для индустрии
РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА

23.03 — 9.11

Прием работ для индустрии
МУЗЫКА И ЗВУК

19.10 — 9.11

1. Вы можете участвовать в конкурсе как частное лицо или как компания.
2. Вы можете подать любой проект, который был представлен на рынке в период с 1 января 2019 года до 26 октября 2020 года (включительно).
3. Вы имеете право одновременно подать на Конкурс неограниченное количество работ, а также подать каждую работу в нескольких номинациях.
4. Жюри оценивает работу только если описание соответствует техническим требованиям, указанным на сайте и в гайдбуке G8, а заявка оплачена в срок.



ИНСТРУКЦИЯ ПОДАЧИ РАБОТЫ

1. Зарегистрируйтесь на сайте 2020.gggggggfest.ru.
Вы найдете форму подачи работы в личном кабинете сайта.
2. Перед подачей заявки на участие в конкурсе ознакомьтесь с юридическими правилами конкурса.
3. Если вы хотите участвовать в конкурсе от лица компании, укажите название компании при регистрации либо в разделе «Мой профиль» в личном кабинете.
4. Выберите номинации, в которые вы хотите подать работу.
Вы можете выбрать сразу несколько номинаций – поочередно нажмите на каждую из них в списке.
5. После регистрации заполните все поля, соблюдая технические требования, указанные в форме.
6. Помните, что за выбор шорт-листа и победителей ответственны профессионалы зарубежного рынка. Опишите свой проект на английском языке. Если в вашей работе есть национальный контекст, понятный только русскоязычному специалисту, подробно объясните особенности проекта в кейсе. Заполнять заявку на русском языке не обязательно, но желательно для русскоязычных участников.
7. При подаче работы сразу в несколько номинаций, приложите все материалы, необходимые для выбранных вами номинаций (см. таблицу ниже «Номинации и необходимые материалы для подачи работы»). Если вам не хватает полей для всех ссылок и материалов, вы можете добавить их в поле Идеи и решения.
8. Оплатите заявку через сервис РобоКасса. Стоимость оплаты складывается из количества номинаций, в которые вы подали заявку, исходя из расчета \$1 за одну номинацию. Каждая заявка оплачивается отдельно.



программа

номинации

жюри

работы

спикеры

новости

стоимость

проживание

МОЙ ПРОФИЛЬ

ПОДАТЬ РАБОТУ
(ИНДУСТРИЯ «КОММУНИКАЦИИ И ДИЗАЙН»)

ПОДАТЬ РАБОТУ
(ИНДУСТРИЯ «МУЗЫКА И ЗВУК»)

МОИ РАБОТЫ

ПОДАТЬ РАБОТУ (КОММУНИКАЦИИ И ДИЗАЙН)

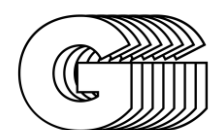
ПОДАТЬ РАБОТУ (МУЗЫКА И ЗВУК)



МОЙ ПРОФИЛЬ

Фамилия и Имя*

Компания



НОМИНАЦИИ И НЕОБХОДИМЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОДАЧИ РАБОТЫ



[ИНТЕРАКТИВНЫЕ ПРОЕКТЫ](#)



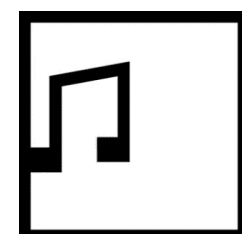
[МЕДИА](#)



[МАСТЕРСТВО](#)



[БРЕНДИНГ И КОММУНИКАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН](#)



[МУЗЫКА И ЗВУК](#)



I. Интерактивные проекты			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
I01	Интегрированные кампании	Кампании с использованием различных инструментов и каналов коммуникаций (минимум 3 любых инструмента и канала коммуникации)	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• скриншот или иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (до трех минут)• в описании перечислить каналы коммуникации, использованные в кампании (минимум, три)• ссылка на кейс-страницу (опционально)
I02	Digital кампании	Решения по продвижению бренда или проекта с использованием digital инструментов и каналов (в т.ч. Digital Out of Home). Успешность кампании оценивается с точки зрения стратегического подхода, креативности и эффективности.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта (с показателями эффективности)• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (до трех минут) (опционально)
I03	Видео	Видео, созданные для ТВ- и digital-кампаний.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект (сайт, видео)



Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
104	Некоммерческие проекты	Проекты, созданные для некоммерческих целей (благотворительные, образовательные, социальные и пр.), кроме селфпромо-проектов, которые входят в категорию 105.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (до 3 мин)• ссылка на проект (опционально)
105	Некоммерческие digital-проекты	Проекты в digital-среде, созданные для некоммерческих целей (благотворительные, образовательные, социальные и пр.), кроме селфпромо-проектов, которые входят в категорию 106	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (до 3 мин)
106	Селфпромо	Проекты, направленные на повышение узнаваемости или изменение репутации собственного бренда агентств, студий и фрилансеров.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентацию• ссылка на проект
107	Инновации	Любые проекты, где, по мнению автора заявки, использовались решения с использованием новых технологий (в том числе AR, VR-проекты, видео 360°, AI и т.д.) или новые пути использования новых технологий..	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект (опционально)• ссылка на видеокейс (до 3 мин)



F. Медиа			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
F01	Спецпроекты	Проекты (контентные, (не)интерактивные, баннерные), специально разработанные для площадки, с учетом ее особенностей	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на презентацию (борд) для контентных и неинтерактивных спецпроектов• ссылка на видео или скринкаст для интерактивных спецпроектов
F02	Использование медиа	Кампании, в которых медиаканалы и форматы используются нестандартно, чтобы показать преимущества бренда.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд (опционально)



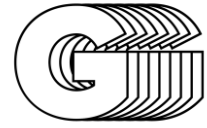
С. Мастерство			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
C01	Креатив: копирайтинг	Любая реализованная идея кампании/активации (в т.ч. видео, сценарий), которая, на взгляд автора заявки, является примером выдающейся работы копирайтера. Оценивается оригинальность идеи, языка, соответствие идеи задаче.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс или проект
C02	Режиссура	Оценивается режиссерское видение креативной идеи и приемы, с помощью которых реализуются сообщение, образ бренда в видео.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта или презентационный борд (для карточки работы на сайте)• ссылка на видео• ссылка на видео making of (опционально)
C03	Визуальные эффекты	Креативное и техническое исполнение специальных эффектов на этапах продакшена и постпродакшна видео.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видео• ссылка на видео making of (опционально)
C04	Анимация, моушн-дизайн	Анимированные проекты: анимация в видео, диджитал-сериалы. Оценивается творческий и технический уровень продукта, нестандартные решения и находки. На оценку может повлиять рассказ о процессе создания продукта.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видео• ссылка на видео making of (опционально)



Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
C05	Музыка и саунд-дизайн	<p>Примеры звукового оформления рекламных проектов в диджитал: музыка, шумы, эффекты, джинглы, комплексный аудиоряд — материал зависит от концепции проекта.</p> <p>Оценивается идея и оригинальность решения, соответствие задачам проекта, уровень технического исполнения, использование возможностей интерактивной среды; способ создания.</p>	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на непосредственно продукт (в том виде, в котором он был реализован)• ссылка на видео или презентацию (до 3-х минут) (опционально)
C06	Дизайн вебсайтов	<p>Коммерческие и корпоративные сайты, рекламирующие продукты, услуги, компанию, мероприятие и пр. Сайты, созданные для решения коммерческих, организационных, информационных и внутрикорпоративных задач компании.</p>	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• борд или скриншоты (до 5, JPEG, до 1400 X 3000 px)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (опционально)
C07	Дизайн мобильных приложений	<p>Оценивается качество визуального воплощения, использование возможностей интерактивной среды, внимание к деталям.</p>	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект
C08	Иллюстрация	<p>Иллюстрация в оффлайн и digital-проектах. Оценивается качество визуального воплощения, использование возможностей интерактивной среды, внимание к деталям.</p>	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект



С. Мастерство			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
C09	UX, UI & Journey Design	<p>Сайты, приложения, любые другие интерактивные продукты, которыми, по мнению создателя, удобно пользоваться (дизайн, интерфейс). Оценка складывается из пользовательского опыта членов жюри, а также опыта других пользователей продукта (по предоставленным показателям эффективности).</p> <p>Продукты в номинации должны:</p> <ul style="list-style-type: none">- иметь более 5 страниц;- предполагать нелинейный пользовательский путь.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (до 3 мин) <p>***</p> <p>В описании</p> <ul style="list-style-type: none">- сведения о посещаемости сайта, длительности пребывания на странице, показатель отказов, конверсия достижения целей.
C10	Авторы Дзена	<p>Тексты в формате лонгрида на любую тематику. Оценивается подача и актуальность темы, индивидуальный авторский стиль.</p>	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект на платформе Яндекс Дзен
			-



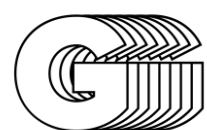
В. Брендинг и коммуникационный дизайн			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
B01	Логотип	Дизайн или редизайн логотипов для любых компаний и продуктов.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс
B02	Фирменный стиль	Создание фирменного стиля с нуля или ребрендинг.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс
B03	Промо-материалы	Постеры, открытки, indoor и outdoor-материалы; материалы в печатных изданиях; футболки, ручки, подарки, календари и прочие аксессуары; предметы партизанского маркетинга.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс



Z. Звукорежиссура			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
Z01	Запись живых инструментов и сведение	Креативное и техническое исполнение в музыкальной композиции, в которой оценивается глубина в музыке, созданная с помощью пространственной обработки, громкости и панорамы	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии
Z02	Создание глубины микса	Креативное и техническое исполнение в музыкальной композиции, в которой оценивается глубина в музыке, созданная с помощью пространственной обработки, громкости и панорамы	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии
Z03	Обработка вокала	Креативное и техническое исполнение в музыкальной композиции, в которой оценивается динамическая, пространственная обработка вокала, использование вокальных эффектов, параномирование, работа с бэками	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии



V. Мастерство в музыке			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
V01	Саунд-дизайн	Техническое исполнение звукового оформления в кино, рекламе, играх при помощи моделирование звуковых пространств. Создание специальных звуковых эффектов для экранных и мультимедийных произведений..	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии
V02	Сэмплирование	Музыкальный трек созданный при помощи собственных семплов, записанных из подручных предметов и звуков природы (Foley)	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии
V03	Генеративная музыка	Создание музыкального произведения (песни или сета (ограничение сета по времени не более 30 мин)) генеративным путем Создание алгоритма по генерированию музыки	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии
V04	Битмэйкинг	Создание музыкальной композиции основной которой является бит и бас	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии



М. Музыка			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
M01	Самобытный исполнитель	Музыкальное произведение и образ исполнителя, музыканта, или команды, которые сочетают в себе аутентичные образы, обладают собственным стилем, запоминающейся манерой исполнения	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии
M02	Музыкальный трек (произведение)	Авторский трек, созданный артистом, продюсером или командой, в одном из описанных жанров. Конкурсанты могут сами индефицировать свое направление музыки, если оно частично относится к описанным жанрам, смежные направления рассматриваются. К участию принимаются работы, релиз которых уже состоялся	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии
M03	Открытие года	Артист, музыкант, продюсер, команда, которые не имеют большую аудиторию, но имеют большой потенциал и качественный материал	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии



М. Музыка			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
F04	Аранжировка	Креативный пример аранжировки авторского трека, в одном из описанных жанров (альтернатива, трэп, поп, электронная музыка, инди, джаз).	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии
M05	Сонграйтинг	Музыкальный трек, в котором оценивается музыкальная идея и основная мелодия, в одном из описанных жанров (альтернатива, трэп, поп, электронная музыка, инди, джаз)	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• фото конкурсанта• ссылка на трек в soundcloud• комментарии

