**Конкурс «Масс-Медиа Перспектива-2014» начинает работу**

**Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета объявляет о начале одиннадцатого ежегодного Международного конкурса студенческих проектов «Масс-Медиа Перспектива». В этом году конкурс пройдет под девизом «От точки на карте к вектору развития» и будет посвящен продвижению территорий. Генеральным партнером конкурса выступит** [**ОАО «ТГК-1»**](http://www.tgc1.ru/‎)**.**

«*Любовь к отечеству совместима с любовью ко всему миру*», - сказал Клод Адриан Гельвеций, французский писатель, философ, яркая фигура эпохи французского Просвещения. Осознание собственной значимости и ценностей «локального масштаба» невозможно без уважения и понимания образа жизни и истории других государств и наций.

Можно много размышлять о ценностях малой Родины и о патриотизме. Кто-то, вероятно, поставит знак равенства между этими понятиями. Другие же будут настаивать на том, что это не одно и то же. Сегодня принято переносить подобные споры в плоскость политическую, однако специалисты в сфере массовых коммуникаций должны понимать, что мы живем в эпоху глобализации, когда информация должна выполнять связующую, а не разделяющую функцию, участвуя в процессе международной интеграции, развитии толерантности и распространении знаний о разнообразии локальных ценностей великого множества территорий.

Для правительств национальных и региональных имидж и репутация своей территории являются важным ресурсом привлечения инвесторов, туристов, объединения местных сообществ и укрепления их лояльности. Таким образом, брендинг территорий сегодня становится одной из наиболее быстро растущих сфер приложения сил специалистов коммуникационных направлений.

Всем известны такие бренды, как Великий Устюг – родина Деда Мороза, город Мышкин с его музеем мыши, Санкт-Петербург, который к летним белым ночам прибавил зимний фестиваль «Белые дни». Администрация города Краснокамск Пермского края проводит конкурс на создание логотипа и стиля города, а правительство Испании объявляет конкурс на разработку государственного бренда, способного к конкуренции с сильнейшими городским брендом Барселоны и региональным - Каталонии.

Поскольку наши участники проживают в разных регионах нашей большой страны и на территории соседних государств, в рамках конкурса было бы интересно познакомить друг друга с разнообразием методов продвижения таких разных, но таких дорогих каждому из нас «малых» территорий и локальных дистинаций. Такой обмен идеями и опытом призван обогатить инструментарий начинающих специалистов в области рекламы, PR и журналистики.

Мы предлагаем участникам конкурса «Масс-Медиа Перспектива» представить свои проекты в области в сфере территориального маркетинга. **Возможные направления проектных решений:**

• продвижение территориального объекта как культурно значимой единицы для внешних целевых групп;

• создание инвестиционной привлекательности территории;

• продвижение территориального объекта в сфере туризма;

• развитие инициатив по восстановлению памятников/исторических реконструкций;

• привлечение внимания к креативным индустриям, местному народному творчеству;

• мобилизация добровольческих форм и поддержка инициатив, направленных на самоорганизацию местных сообществ по продвижению территориальных брендов;

• разработка креативных решений, адаптированных к территориальной идентичности, айдентики и т.д.

Участники могут предложить собственные пути реализации задачи.

**Конкурсные работы буду оцениваться в следующих номинациях:**

1. Реализованный PR-проект;
2. Нереализованный PR-проект.
3. Реализованный рекламный проект;
4. Нереализованный рекламный проект.
5. Журналистский проект.

Проекты принимаются до **19 октября 2014 года** на электронный ящик[**mmp@jf.pu.ru**](mailto:mmp@jf.pu.ru) **.** Финал конкурса пройдет 24-26 ноября 2014 года в Петербурге.

«Масс-Медиа Перспектива» - социально-ориентированный конкурс, который проходит с 2004 года. За десять лет существования он заслужил репутацию одного из крупнейших на Северо-Западе и расширил свою географию. Так, в прошлом году в конкурсе приняли участие более 50 команд из городов России и Украины. Каждый год конкурс собирает в стенах Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций активных студентов, неравнодушных к социальным проблемам и предоставляет им возможность рассказать о своих проектах и даже реализовать их.

Организаторами конкурса выступают Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета и Студенческая Секция Северо-Западного отделения Российской Ассоциации по связям с общественностью.

**Подробная информация о конкурсе, правила участия и оформления проектов на сайте** [**www.jf.spbu.ru**](http://rus.jf.spbu.ru/stu/679.html) **и в группе «ВКонтакте» vk.com/mmp14.**

*Контактная информация:*

*Вера Дунец,*

*Менеджер по работе с участниками*

*Международного конкурса студенческих коммуникационных проектов*

*«Масс-Медиа Перспектива»*

*Тел.: +7 905 261 56 33*

*Email:* [*mmp@jf.pu.ru*](mailto:mmp@jf.pu.ru)