

BRIEFING

CATEGORÍA

AUDIOVISUAL



MAd

BRIEFING

1. Objetivos

Marketing:

Crecer en la demanda de los grados de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, que son: Publicidad y RRPP; Marketing e Investigación de Mercados, Gestión y Administración Pública, y Turismo.

Comunicación:

Despertar el interés por los grados y promover una actitud positiva hacia ellos y hacia la facultad.

2. Público objetivo

- Alumnado de 1º y 2º de Bachillerato, especialmente el radicado en la provincia de Cádiz.
- Alumnado de ciclo superior de último curso, especialmente en las ramas afines de formación en la provincia de Cádiz.

3. Mensaje

- Dado que los cuatro grados son muy diferentes entre sí, parece razonable que exista un mensaje más general acerca de la oferta de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación. Queremos que la Facultad se perciba como una institución cercana al estudiante.

En general, se busca que los dos públicos objetivos definidos conozcan la oferta de la facultad y la perciban como:

- una formación de calidad y que les preparará para el mundo profesional.
- una formación con un profesorado cercano y competente
- una facultad cercana, con modernas instalaciones y comodidades (biblioteca y espacios de trabajo, gran bolsa de aparcamiento, zonas deportivas, laboratorios de idiomas, aula Mac, etc.)

4. Tono

- Queremos huir del tono institucional del publrreportaje que a nadie la apetece ver, pero no podemos perder de vista que somos una institución pública. Nos gustaría un tono cercano y divertido, que el público objetivo sienta que hablamos su mismo idioma.

5. Formato

- El formato debe ser audiovisual, si bien se da libertad a la hora de elegir si debe ser un spot clásico, publrreportaje o cualquier forma de formato no convencional audiovisual.

6. Entrega

- La fecha límite de entrega de las piezas a concurso será el 12 de marzo de 2019.

7. Premio

- La persona o el equipo ganador recibirá un premio de su elección valorado en 600€ (el premio elegido deberá ser material técnico profesional: tableta gráfica, Tablet, microfonía, material fotográfico, etc.).

8. Cuestiones legales

concurssantes reconocen y asumen que todos los derechos de explotación y los derechos de propiedad intelectual, que eventualmente pudieran emanar de la creación de la obra objeto de este concurso, pertenecen en exclusiva a MAd festival y a la Universidad de Cádiz. Los mencionados derechos de explotación se refieren al usufructo (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) de las piezas creadas por parte de ambas marcas.

Las modificaciones pertinentes siempre se harán con el consentimiento y aprobación del autor (cambios en cuanto a contraste cromático, dimensiones, elementos que pudiera tener) Los archivos que se entreguen sin la calidad necesaria, serán rechazados, y no podrán optar a concurso.

El hecho de participar en el concurso implica el conocimiento y aceptación de las presentes bases; motivo por el cual no podrán ser impugnadas una vez formalizada la presentación de los trabajos. Aquellos trabajos que no cumplan los requisitos formales de estas bases se considerarán fuera de concurso.

La organización se reserva el derecho a decidir sobre aquellos aspectos no previstos en las bases que puedan surgir. Su fallo será inapelable pudiendo declarar desierto el premio si se estimase que las obras presentadas no alcanzan la calidad suficiente para ser galardonadas o si no se cumpliera con un número suficiente de participantes.

Tampoco podrá aparecer ningún dato personal, seña, explicación o signo escrito en el propio contenido de la pieza creativa, una firma en la gráfica o el logotipo con el nombre de los autores de la pieza audiovisual. Se recuerda que la utilización de material con derechos de autor sin su consentimiento está penado. Existen numerosas páginas web donde el material (imágenes o música) está libre de derechos de autor.

Para cualquier consulta o sugerencia sobre las bases del concurso se podrá contactar a través de madfestival2019@gmail.com.