

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор Національного університету
цивільного захисту України
генерал-лейтенант служби ЦЗ

Володимир САДКОВИЙ

«12» травня 2023 р.

**Положення
про конкурс серед здобувачів вищої освіти
Національного університету цивільного захисту України
на кращий просвітницький відеоролик
«Позитивні практики з академічної доброчесності»**

1. Положення про конкурс серед здобувачів вищої освіти Національного університету цивільного захисту України на кращий просвітницький відеоролик «Позитивні практики з академічної доброчесності» (далі – Положення) укладене з метою всебічної реалізації діяльності Групи сприяння академічній доброчесності Національного університету цивільного захисту.

2. Конкурс серед здобувачів вищої освіти Національного університету цивільного захисту України на кращий просвітницький відеоролик «Позитивні практики з академічної доброчесності» (далі – Конкурс) проводиться з метою повсякчасної актуалізації дотримання етичних принципів та визначених законодавством правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

3. Керівництво Конкурсом здійснює Організаційний комітет Конкурсу (далі – Оргкомітет), склад якого на чолі проректора з наукової роботи – начальника науково-дослідного центру формується із членів Групи сприяння академічній доброчесності Національного університету цивільного захисту.

4. Оргкомітет та всі учасники Конкурсу у своїй діяльності керуються цим Положенням.

5. Основними завданнями Конкурсу є:

- привернення уваги до питань дотримання академічної доброчесності серед учасників освітнього процесу;

- залучення максимальної кількості учасників із числа здобувачів вищої освіти для розширення їхнього розуміння поняття академічної доброчесності;

- пропагування академічної доброчесності;

- спонукання до дій, що не суперечать етиці академічної доброчесності;

- виявлення кращих практик дотримання академічної доброчесності;

- створення інформаційного освітнього простору та банку інноваційних ідей і робіт, орієнтованих на інтелектуальний, творчий, особистісний розвиток здобувачів вищої освіти;

- підтримка становлення та зміцнення в університеті творчих креативних особистостей і груп, здатних пропонувати та реалізовувати нові ідеї для просування бренду університету;

- підвищення ролі і статусу органів студентського самоврядування в освітньому процесі закладу вищої освіти;

- визначення кращого PR-продукту, який може успішно використовуватися:

- а) для формування громадської думки щодо престижності навчання в університеті і його значущості для розвитку регіону та України;

- б) під час проведення профорієнтаційної роботи серед абітурієнтів регіону та України;

- в) при проведенні навчальних, наукових та інших заходів університету на місцевому, регіональному або державному рівнях.

6. Номінація Конкурсу – відеоролик.

Додатково до відеоролика додається постер чи інший варіант рекламного змісту конкурсної тематики для розміщення на сайті та в соціальних мережах університету в якості інформаційного супроводу ролика,

(знак/логотип, його шрифтове зображення (кирилиця/латиниця), слоган, що віддзеркалюють актуальність академічної доброчесності, тощо).

7. У Конкурсі можуть брати участь здобувачі вищої освіти університету в якості окремих авторів, так і у складі авторських колективів, включаючи науково-педагогічних працівників.

Від одного учасника (групи) на Конкурс приймається одна робота.

Кращі конкурсні роботи Оргкомітет розміщує на сайті університету, а роботи-переможці – у мас-медіа (з метою «просування» авторів, відповідних кафедр, факультетів, освітньо-професійних програм, університету загалом).

8. Комунікація з учасниками Конкурсу відбувається через електронну пошту Оргкомітету (academichnadobrochesnist.nuczu@ukr.net).

Конкурсні роботи разом з заявкою (Додаток 1) направляються до Оргкомітету Конкурсу на електронну пошту Оргкомітету (academichnadobrochesnist.nuczu@ukr.net) в терміни, визначені Оргкомітетом поточного календарного року.

У заявці вказуються:

- прізвище, ім'я, по батькові учасника Конкурсу (керівника колективу);
- електронна адреса;
- контактний телефон;
- відомості про те, чи поширювався конкурсний матеріал в ЗМІ або соцмережах;
- розписка автора або групи авторів про те, що він (вони) є автором (авторами) і його (їх) право(-а) не порушені та не обмежені;
- згода, що правовласники матеріалів, надісланих на Конкурс, не заперечують проти їх розміщення в мережі Інтернет, використання на зовнішніх рекламних носіях, а також публікацій або згадки в засобах масової інформації.

9. Представлений на Конкурс ролик за хронометражем повинен бути 3-5 хв., у форматі mp4, субтитри українською мовою (за бажанням), із позначкою «На конкурс» та фото автора.

Кожен ролик подається окремо з обкладинкою (логотипом) в електронному вигляді у графічному форматі для публікації в каталозі, на вебресурсі та інформаційного супроводу.

Логотип має бути привабливим, оригінальним, простим у сприйнятті і для відтворення, інформативним, таким, що запам'ятовується, викликає довіру і спонукає до дій.

Технічні вимоги до обкладинки (логотипу):

- графічний файл зображення не менше 500x500 пікселів, розміром не більше 300 Кб;
- текст, ілюстрація логотипу на двох мовах (українською і англійською).

Слоган (девіз), який є частиною обкладинки (логотипу) має відповідати таким вимогам:

- лаконічність, чіткість;
- відображати суть тематики, розкривати її головні акценти;
- бути легким у читанні, не містити важких для вимови слів і аббревіатур.

Забороняється використовувати слоган, який є або був комерційним, отримав права на ототожнення його з комерційним брендом, послугою або товаром.

Представляючи ролик, а також логотип і слоган на Конкурс, учасники повинні враховувати, що пропонований матеріал:

- має відповідати вимогам до рекламної продукції;
- має характеризуватись позитивним, життєстверджуючим характером;
- зміст відеоролика, його сюжет, дії персонажів не повинні суперечити чинному законодавству України;
- у відеоролику не повинно бути неетичних матеріалів, а також недостовірних відомостей;
- текст відеоролика повинен бути коротким, лаконічним, оригінальним;

- рекламне звернення повинно мати емоційну насиченість, створювану кольором, світлом й іншими графічними елементами та ефектами.

10. Оцінка конкурсних робіт і визначення переможців проводиться Оргкомітетом.

Оргкомітет оцінює конкурсні роботи за 10-бальною системою за такими критеріями:

- відповідність темі;
- грамотність рішення;
- ефективність рекламних, соціальних методик і технологій;
- соціальна значущість, позитивність і креативність (інноваційність ідеї, креативність, гнучкість мислення авторів).

Рішення Оргкомітету з визначення переможців Конкурсу приймається відкритим голосуванням простою більшістю голосів від встановленого числа членів Оргкомітету. У разі рівного розподілу голосів вирішальним є голос голови Конкурсу.

Для оцінки та експертизи представлених проектів Оргкомітет Конкурсу може залучати фахівців. Автор (група авторів), які отримали перше місце, отримують право на створення професійного ролика про освітню програму, за якою вони навчаються, та про університет.

Робота автора, який представив неповні відомості, зазначені в п. 8 цього Положення, може бути не допущеним до участі у Конкурсі за рішенням Оргкомітету.

11. Терміни підведення підсумків Конкурсу визначаються Оргкомітетом.

Результати Конкурсу оголошуються на спеціальному брифінгу Оргкомітету.

Автори (курсанти та студенти), які посіли перше, друге та третє місце, одержують почесні дипломи переможців (відповідно 1-го, 2-го та 3-го ступенів). Їм надається можливість дострокового складання підсумкового

контролю з освітніх компонентів поточного семестру та, за рішенням ректора університету, вони можуть бути заохочені додатковою відпусткою.

Підсумки Конкурсу доводяться до відома громадськості через сайт і соцмережі університету, а також засоби масової інформації.

12. Надіслані конкурсні роботи поверненню не підлягають і відгуки на них не надаються.

Організатори Конкурсу залишають за собою право:

- використання конкурсних робіт у некомерційних цілях і без грошової винагороди автора (авторського колективу);

- проведення на їх основі профорієнтаційних рекламних кампаній університету за допомогою розповсюдження позитивного досвіду через тиражування цих робіт на інтернет-ресурсах;

- поширення такої профорієнтаційної продукції в закладах загальної середньої освіти;

- репродукування робіт для потреб Конкурсу та з метою його реклами, при проведенні суспільнозначущих заходів університету, а також у методичних та інформаційних виданнях, для трансляції по телебаченню;

- розміщення на зовнішніх рекламних носіях і в мережі Інтернет;

- повного або часткового використання в навчальних та інших цілях.

Проректор з наукової
роботи – начальник
науково-дослідного центру

Володимир АНДРОНОВ

Керівник Групи сприяння
академічній доброчесності
НУЦЗ України

Богдан ЦИМБАЛ

Розглянуто та затверджено на засіданні
Групи сприяння академічній доброчесності НУЦЗ України

Протокол № 2 від «12» Травня 2023 р.

Розробники: Володимир АНДРОНОВ, Богдан ЦИМБАЛ, Олена ШАРОВАТОВА

Оргкомітету Конкурсу
«Кращі практики з академічної
добročесності»

Заявка

на участь у конкурсі «Кращі практики з академічної доброчесності»

Прізвище, ім'я, по батькові учасника Конкурсу	
Прізвище, ім'я, по батькові керівника колективу	
Електронна адреса	
Контактний телефон	
Відомості про те, чи поширювався конкурсний матеріал в ЗМІ або соцмережах	

Я (Ми), _____
автора або групи авторів підтверджуємо про те, що я (ми) є автором
(авторами) відеоролика і моє (наше) право(-а) не порушені та не обмежені.

«___» _____ 202_ р.
(дата)

підпис

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

підпис

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

підпис

Ім'я ПРІЗВИЩЕ