**Положение о Профессиональном конкурсе
«Туристский бренд: лучшие практики»**

***Оргкомитет:***





**ФГБОУ ВО «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»**

**Конкурс является некоммерческим проектом. Участие — бесплатно.**

**Конкурсные номинации**

**1. «Территориальный бренд»** присуждается по категориям:

1.1. Туристский бренд дестинации/кластера.

1.2. Туристский бренд региона/муниципального образования.

**2. «Маркетинговая практика туристского бренда»** присуждается по категориям:

2.1. Туристский копирайтинг (слоган и текст).

2.2. Туристский брендбук.

2.3. Рекламная кампания по продвижению туристского бренда (в СМИ, в Интернете, на телевидении, среди гостей и местных жителей).

**3. «Бренд туристской организации/объекта»** присуждается по категориям:

3.1.Туроператоры.

3.2. Турагенты.

3.3. Туристские информационные центры .

3.4. Музеи.

3.5. Средства размещения.

3.6. Туристские СМИ.

3.7. Комплексы.

3.8. Заповедники/заказники/природные памятники.

3.9. Парки.

3.10. Памятники истории, архитектуры.

3.11. Общественные организации и объединения.

**4. «Бренд туристского маршрута/продукта/экскурсионной программы»** присуждается по видам туризма:

4.1. Историко-культурный.

4.2. Религиозный, сакральный.

4.3. Событийный, фестивальный

4.4. Сельский, гастрономический и экологический.

4.5. Круизный.

4.6. Активный, экстремальный.

4.7. Деловой, MICE.

4.8. Тематический.

4.9. Рекреационный, курортный, оздоровительный, лечебный (медицинский)

4.10. Промышленный, научный

4.11. Детский

4.12. Молодежный

4.13. Инклюзивный

4.14. Туризм «Третьего возраста»

Указанные номинации присуждаются в системе отдельных конкурсов по статусу представленной работы (указывается в заявке):

* Профессиональный концепт (проект туристского бренда).
* Профессиональный проект (действующий туристский бренд).
* Студенческий концепт (проект туристского бренда).
* Студенческий проект (действующий туристский бренд).

**Правила подачи заявки и бренд-пакета**

Заявки на участие в Конкурсе принимаются как от организаций, так и от авторов.

Для участия необходимо на официальном сайте Конкурса [tour-brand.ru](http://www.tour-brand.ru/):

1 шаг – заполнить форму заявки.

2 шаг – разместить бренд-пакет.

Состав бренд-пакета:

*Презентация бренда*в одном из форматов ppt, pptx, pdf.

*Краткое описание бренда* — до 14 строк шрифт Arial, 12 в формате doc, docx или txt.

*Контактные данные бренда* в формате doc, docx или txt.

Состав презентации бренда:

Титульный слайд презентации бренда – изображение логотипа бренда; информация о заявителе, авторе/разработчике; название конкурсной номинации и категории; статус представленной работы; наличие свидетельства о регистрации товарного знака и логотипа на дату размещения бренд-пакета.

Миссия бренда.

История бренда.

Описание коммуникаций бренда – в памятной и сувенирной продукции; в элементах навигационной системы (табличках, указателях, картах-схемах и пр.); в рекламно-информационных (полиграфических, аудио- видео-) материалах; в Интернет-среде, в т.ч. социальных сетях; в документационных элементах (бланках, визитках, штампах, конвертах и пр.).

Вклад бренда в развитие туризма.

Контактные данные бренда:

почтовый адрес (индекс, субъект Российской Федерации, населенный пункт, улица/проспект и пр.);

телефон и факс (в формате +7 (код) номер без тире и пробелов);

электронная почта (при наличии);

адрес сайта (при наличии);

адреса страниц в социальных сетях (при наличии).

Дополнительно могут прилагаться письма поддержки, благодарности, грамоты, отзывы в СМИ и прочие фото-, аудио-, видео- материалы в форматах avi, mp4, jpg, gif, jpeg.

Объем бренд-пакета не более 100 Мб.

*Внимание! Оргкомитет не несёт ответственности за содержание материалов, за нарушение авторских прав, а также за возможные нарушения прав третьих лиц в связи с предоставлением материалов на Конкурс. В случае поступления претензий от третьих лиц, связанных с размещёнными материалами, участник Конкурса самостоятельно и за свой счёт урегулирует указанные претензии.*

*Идентичный пакет конкурсных материалов не может быть подан для участия в Конкурсе по двум и более номинациям (категориям).*

*Жюри имеет право изменить номинацию (категорию) в интересах конкурсанта.*

**Сроки проведения конкурса 2018 года**

**1 января–31 декабря 2018 года –** направлениезаявок и материалов на Конкурс.

**Январь-февраль 2019 года –**оценка конкурсных материалов жюри Конкурса.

**Март 2019 года –**подведение итогов, награждение победителей и лауреатов на 26-ой Московской международной туристической выставке «MITT» в ЦВК «Экспоцентр», Москва.

**Критерии оценки бренд-пакетов**

* Новизна и оригинальность идеи, реализации.
* Идентичность туристскому потенциалу.
* Легенда, миф – построение истории бренда.
* Визуальное воплощение – соответствие визуального и смыслового воплощения идеи бренда.
* Позиционирование и коммуникационная политика.
* Жизнеспособность проекта – экспертная оценка дальнейшего развития проекта.
* Эффективность (применительно к выполнению миссии бренда и показателям развития туризма).
* Применимость как предмета бенчмаркинга.

***По итогам Конкурса***

Победители и Лауреаты в каждой номинации будут награждены Дипломами. Участники Конкурса получат Сертификат участника.

Информация о победителях и лауреатах будет доступна всем заинтересованным лицам на сайте Конкурса.

Для участников Конкурса будет доступна серия постконкурсных мероприятий. Уведомления о мероприятиях будут рассылаться по указанным адресам электронной почты.

**Как выбрать номинацию и категорию?**

Итак, у Вас есть бренд и Вы хотите представить его на Профессиональный конкурс «Туристский бренд: лучшие практики». Основной вопрос, который задают себе и нам участники: «В какой номинации и категории лучше принять участие?»

Бренд может иметь явную «географическую привязку» или указание на территориальную обособленность. В этом случае рекомендуется участие в номинации «Территориальный бренд» по одной из двух категорий.

Для бренда субъекта Российской Федерации, города или иного муниципального образования целесообразно выбирать категорию «Туристский бренд региона/муниципального образования». Пример[[1]](http://tour-brand.ru/statute/%22%20%5Cl%20%22_ftn1): «Бренд города Мурманска», «Туристический бренд МО «город Сарапул»», «Вологодская область – душа Русского Севера».

Если бренд отражает более широкие географические границы или является брендом туристско-рекреационного или авто-туристского кластеров, то рекомендуемая категория – «Туристский бренд дестинации/кластера». Примеры: «Курорты Северного Кавказа».

Если Вы располагаете «корпоративным брендом», брендом коммерческого или некоммерческого предприятия/организации/проекта/объекта, то для Вас предназначена номинация «Бренд туристской организации/объекта». Выбор категории осуществляется соответственно основному виду деятельности коммерческого или некоммерческого предприятия/организации/проекта/объекта. Вот некоторые примеры:

| Категория | Пример |
| --- | --- |
| *Туроператоры* | *Туроператор «Мосгортур»* |
| *Турагенты* | *«Курорт Эксперт»* |
| *Музеи* | *Музей чак-чака* |
| *Средства размещения* | *Бутик-отель «Золотой Треугольник» / Golden Triangle Hotel* |
| *Туристские СМИ* | *«Trip2rus»* |
| *Комплексы* | *Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН»* |
| *Заповедники/заказники/природные памятники* | *«Саблинские пещеры и водопады»* |
| *Парки* | *«Шахматово — усадьба великого русского поэта А.А. Блока»* |
| *Памятники истории, архитектуры* | *Историко-археологический комплекс «Елабужское городище»* |
| *Общественные организации и объединения* | *«Центр развития туризма Ханты-Мансийского района»* |

Бренд является атрибутом отдельного туристского продукта или программы, тогда его участие будет соответствовать номинации «Бренд туристского маршрута/продукта/экскурсионной программы». В этом случае выбор категории будет соответствовать туристской специализации продукта или программы, т.е. профильному виду туризма. Вот некоторые примеры:

|  |  |
| --- | --- |
| Категория | Пример |
| *Историко-культурный* | *Брендовый маршрут «Подмосковные истории»* |
| *Религиозный, сакральный* | *«Кронштадт православный» — религиозная экскурсионная программа* |
| *Событийный, фестивальный* | *Фестиваль кулинарного искусства «Арзамасский Гусь»* |
| *Сельский, гастрономический и экологический* | *АгроЭкоТуризм России* |
| *Активный, экстремальный* | *СК «ДЖИППИНГ-ТУР»* |
| *Тематический*  | *Artерапия* |
| *Рекреационный, курортный, оздоровительный, лечебный (медицинский)* | *Рекреационный тур на Кавказских Минводах и дизайн базовых элементов фирменного стиля* |
| *Детский* | *Проект экскурсионных образовательных маршрутов «Урал для школы»* |
| *Молодежный* | *Retro Ride — Экскурсии на ретроскутерах* |

 Бренд – имеет успешную историю продвижения и/или оригинальные визуальное решение и слоган. В этом случае его участие будет интересно в номинации «Маркетинговая практика туристского бренда». Если брендбук и/или слоган и текст бренда отличаются уникальностью, оригинальностью, аутентичностью – то конкурсные материалы могут быть поданы соответственно в категории «Туристский копирайтинг (слоган и текст)» и «Туристский брендбук». Если продвижение туристского бренда осуществлялось оригинальной рекламной кампанией, то подходящая категория – «Рекламная кампания по продвижению туристского бренда (в СМИ, в Интернете, на телевидении, среди гостей и местных жителей)».