

ДМИП «Физика в рекламе», сезон «Х»
2 этап, «Мы покажем и решим!»

Срок проведения: с 26 ноября 2016 года по 9 декабря 2016 года

Срок оценивания: с 12 декабря 2016 года по 16 декабря 2016 года

Требования к оформлению и содержанию, критерии оценки

Работа предоставляется в виде видеоролика и должна соответствовать требованиям оформления и содержания (за соответствие которым может получить до 5 баллов):

- соотношение сторон видеокadra 16:9 – **1 балл**,
- размер кадра 1920x1080 (Full HD) – **1 балл**,
- контейнер видео .mp4, видеокодек h264 или x264, аудиокодек AAC (см. инструкцию по перекодировке видео на сайте) – **1 балл**,
- наличие информации об использованных программах и источниках использованных материалов (музыка, видеофрагменты и т. д.) – **1 балл**,
- длительность не более 3 минут – **1 балл**.

Работы принимаются к рассмотрению даже если они не соответствуют данным требованиям.

Жюри оценивает работы агентств по следующим критериям:

- техническое исполнение (качество видео и звука, реалистичность и уместность видеоэффектов и переходов, операторская работа, монтаж и т.д.) – от 0 до **5 баллов**,
- научность содержания и доступность представления (соответствие задачи принципам научности и реалистичности, простота восприятия широким кругом зрителей) – от 0 до **5 баллов**,
- сложность выбранной задачи (уровень сложности решения выбранной задачи) – от 0 до **5 баллов**,
- оригинальность выбранной задачи (уникальность, нестандартность и новизна рассматриваемой задачи) – от 0 до **5 баллов**,
- подробность решения (решена ли задача и насколько достаточно представленное решение) – от 0 до **5 баллов**,
- общее впечатление (насколько ролик интересный, творческий подход и т.д.) – от 0 до **5 баллов**.

Рекламное агентство может набрать за данный этап максимум **35 баллов**.

Описание этапа

2 этап, называется «Мы покажем и решим!». Рекламные агентства должны в течение 3 минут должны обозначить и представить видео-решение выбранной ими задачи. Приветствуется практическая направленность, поставленной задачи, её актуальность и значимость в нашей жизни. Самое главное сделать ролик нестандартным, интересным, динамичным и лаконичным!