附件2：

**学生公益广告作品征集展示工作方案**

一、活动目的

为全面贯彻落实全国高校思想政治工作会议精神，进一步丰富优质网络文化内容供给，教育部思想政治工作司、中央网信办网络社会工作局在前期工作的基础上，决定联合举办“第二届全国大学生网络文化节”。而在此次文化节中包含很多部分，此次活动主要是对公益广告的征集，围绕“中国好网民”培育、网络文明构建、网络素养提升、网上正能量传递、网络文化繁荣等主题，广泛征集公益广告作品，旨在进一步弘扬网络正能量，积极引导广大高校学生养成文明健康的网络生活方式，营造清朗网络空间环境。

二、活动主题

传播网络正能量、争做校园好网民

三、活动时间

2017年5月至6月中旬（征集截止时间6月8日，筛选截止时间6月中旬）

四、举办单位

中南林业科技大学

五、活动对象

本校内全体学生均可自愿参加

六、活动形式

本次作品征集是在正式筛选前在面向校内全部同学进行的一次作品征集和预筛选活动，所有参与的同学将自己的作品发至指定邮箱，由校方进行统一评比和筛选，筛选后成功入选的作品可以参于到全国大学生公益广告征集活动中。

七、活动内容

1.作品内容：

须为2016年以来的原创作品（即2016年1月1日至提交截止日前在网络上发表的作品），内容积极健康向上，遵守国家法律法规，符合网络文化节主题，传递青春正能量，主题可围绕基于“中国好网民培育”的社会主义核心价值观、中国梦、理想信念、依法治国、传统美德、雷锋精神、良好家风、文明旅游、礼仪中国、生态文明、网络文明、勤俭节约、交通安全、诚实守信、教育公平等主题展开，积极弘扬网上正能量，培育文明健康的网络生活方式，营造清朗网络空间。

2.作品格式：

征集作品分为A：平面广告类、B:视频广告类、C:广告脚本类（没有拍摄能力和设备的同学可以用广告的脚本来参赛，最终获奖的作品可以通过校方统一拍摄之后参赛）。

A类（平面广告类）提交图片文件，格式为jpg，色彩模式RGB，尺寸为1024\*1024以内，附件总大小不超过10MB，系列作品不超过3幅。

B类（视频广告类）含影视视频、微电影视频、动画片等，提交视频文件，格式 MP4，重点内容配字幕，时长小于5分钟，文件小于50MB。

C类（广告脚本类）包含主题文案(主题广告语)、对应画面(手绘layout也可)、旁白(与画面对位)、片尾标板(通常为团队的logo/电话号码等)，图片格式为jpg，文案格式doc，作品打包发送，附件总大小不超过10MB。

3.校方拥有对推荐作品进行宣传推广、展览出版的权利，但不承担包括因肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等纠纷而产生的法律责任。如出现上述纠纷，校方会保留取消其参加征集资格的权利。校方有权对作品进行修改。

4.所有参赛作品引用的文字、图片、创作等版权归原创作者所有

5.评分细则（作品与要求格式不符不参与评奖）：

A类（平面广告类）：

a.创意好、整体效果佳（30分）

b.美工好，色彩搭配合理，生动逼真（20分）、

c.作品突出某个主题，能很好的启发观众，能引起共鸣（30分）

d.有创新性，构思新颖（20分）

B类（视频广告类）：

a.突出某个主题，并具有新颖性（20分）

b.演绎生动，幽默风趣，能深刻表达广告的内涵和主题，能打动人心（30分）

c.有良好的背景设置，为作品的演绎营造良好的氛围（20分）

d.（1）Flash，PS,Ae等视频图片制作软件制作出来的作品画面精美流畅（10分）

1. 若是拍摄广告演员配合默契，有较高的可听性和吸引性（20分）

C类（广告脚本类）：

a.文案创意好，构思新颖（35分）

b.可以突出主题，能很好的启发读者，引起共鸣（35分）

c.有良好的背景设置，为作品的演绎营造良好的氛围（30分）

6.奖项设置：三种类别的参赛方式分设一等奖1名、二等奖2名、三等奖三名

八、活动流程

1.活动前期利用微信平台、新浪微博、QQ群、QQ空间、林科大贴吧等网络传播平台进行网络宣传由校方通知各学院学生会在学院内部以及班级内部进行宣传，可以以学院、团队、个人的形式参赛，确保尽量可以落实到学院的每一个学生，并用海报横幅等方式扩大本次活动的宣传力度，优秀作品有机会在校庆60周年庆典上展出。（宣传时有必要将奖项设置一并宣传）

2.有报名想法的同学填写指定表单，并且将此表单在提交作品时一并提交。

3.截至征集后停止接收作品，将接收到的所有作品按三种类别分别分类，校方组织一队评审团对每类广告创意进行分别审阅，打分和筛选。

4.筛选过后将筛选结果通过各种媒体进行发布，将符合要求的C类作品在规定时间内拍摄好参与到全国的征集之中。

5.总结此次征集活动的优劣之处。