



La Academia de la Publicidad convoca el Premio Academia Joven 2013

Quinta edición de los Premios destinados a estudiantes de último curso (2013/2014)* y/o licenciados en Comunicación Comercial curso 2012/2013(publicidad, relaciones públicas, marketing, comunicación institucional...). **con el patrocinio de Tactics Europe.**

La Academia de la Publicidad tiene, entre sus objetivos fundacionales, el desarrollo de actividades que conduzcan al mayor reconocimiento de la Comunicación Comercial, en todas sus vertientes y en todas las ramas profesionales. En este contexto, se llevan a cabo diversas iniciativas. Algunas creadas para homenajear a los profesionales más brillantes de la Publicidad y otras, como este Premio Academia Joven, puestas en marcha para conocer la labor de los nuevos talentos y que en la presente convocatoria se desarrollará según las siguientes

B A S E S

0.- El testigo del conocimiento

La Academia de la Publicidad se constituye como albacea de la memoria de los maestros de la Comunicación Comercial. La gestión de este conocimiento pasa por su transmisión a las nuevas generaciones de la profesión. Para ello, la Academia de la Publicidad fija su mirada en los más jóvenes, convocando, con el patrocinio de Tactics Europe, el Premio Academia Joven, combinando el saber hacer conocido y reconocido con el potencial de quienes serán los futuros profesionales por recién llegar a la actividad publicitaria.

1.- Abierto a estudiantes de último curso en 2013/2014* y/o licenciados en el curso 2012/2013

Mediante la convocatoria del Premio Academia Joven, la Academia de la Publicidad continúa queriendo reconocer y conocer la nueva publicidad.

El cronograma de trabajo viene marcado por las siguientes fechas:

- **15 de enero de 2014** – Fin del plazo de inscripción de grupos participantes.
- **22 de enero de 2014** – Asignación de Padrinos a cada grupo de trabajo.
- **12 de marzo de 2014** – Fecha tope aceptación propuestas.
- **26 de marzo de 2014** – Fallo del Jurado selección de 5 finalistas.
- **9 de abril de 2014** – Presentación oral de los 5 trabajos finalistas
- **Abril** – Acto entrega de premios

Se podrán presentar, tanto a título individual como en equipos, los estudiantes, mayores de edad, de último curso 2013/2014 de enseñanzas de Comunicación Comercial pertenecientes a centros universitarios, centros adscritos a universidades, centros privados o Instituciones de enseñanza profesional de toda España, en cualquiera de sus Departamentos relacionados con la Comunicación Comercial (publicidad, relaciones públicas, marketing, comunicación institucional....) así como profesionales o estudiantes de post-grado universitarios y de doctorado en publicidad, licenciados en el curso 2012/2013 en los centros docentes ya referidos en estas Bases.

El plazo de inscripción queda limitado a los 30 primeros grupos inscritos.

2.- Tema para 2013

El tema de este año versará sobre un caso real de un Anunciante real y su brief será facilitado únicamente a los grupos de trabajo aceptados en la fecha en la que se le comunique el “Gurú” asignado para tutorizar el equipo.

2.1. Se puede presentar la propuesta individualmente o en grupos, estos, por razones prácticas, se recomiendan con un **máximo de tres personas**. Si se acude a título individual ha de presentarse el organigrama del grupo de trabajo "ficticio" que habría desarrollado los trabajos presentados, salvo que se asuman tales trabajos a nivel personal, en cuyo caso el acabado y presentación tiene que corresponderse con esa actividad unipersonal (haber sido realizado todo el proyecto por el mismo autor personalmente).

2.1.1.- La participación en el Premio Academia Joven 2013 requerirá el envío a la Secretaría General de la Academia (ver datos de contacto en 5.3.) de una comunicación previa al envío del proyecto definitivo en la que se haga constar el nombre completo del autor o autores, el nombre o lema del proyecto, así como estudios realizados o en realización y el centro docente en el que se

cursan o cursaron. Esta comunicación es independiente de lo solicitado en el punto 6.1. de estas Bases.

2.2.-Sobre el total de los trabajos recibidos se efectuará una primera selección, para proponer los finalistas, quienes tendrán que efectuar una presentación personal ante el Jurado, en Madrid, en el mes de marzo en las fechas y lugar que se comunique y acuerde oportunamente.

Tal presentación, con carácter de pública (de 30 minutos; 20 de exposición, 10 de coloquio) solo podrá efectuarse por el autor/ autores del trabajo y con los materiales recibidos en la Academia con la entrega del proyecto según las presentes Bases. En dicha presentación podrá estar presente el “Gurú” asignado al proyecto.

El Jurado tendrá en cuenta y valorará muy directamente: i) la originalidad e innovación en el contenido de las propuestas, no solo en su forma o presentación sino también en su viabilidad práctica; ii) el planteamiento estratégico/posicionamiento de la propuesta en conjunto y su justificación según un proceso claro y coherente con los objetivos de comunicación; iii) creatividad aplicada a las diversas piezas presentadas, principalmente al logo o al “claim” o a la línea gráfica representativa elegida.

2.3.- Con el fin de facilitar la labor del Jurado, se solicita que cada proyecto o trabajo presentado incluya, al menos: (i) Planteamiento estratégico con o sin estratificación de públicos objetivo; (ii) un logotipo o marca; (iii) un “claim”, “slogan” o frase—eje; (iv) Piezas de la campaña para cualquier medio o soporte publicitario convencional o no convencional, debiendo presentar al menos boceto/s de gráfica y guion o “story” para TV o radio y algún soporte On-Line, pudiendo desarrollarse otro tipo de piezas en su descripción literal o por simple texto; (v) propuesta estratégica de dinamización de la acción en las redes sociales (desarrollarla literalmente será suficiente); (vi) si se desea puede acompañarse algún modelo de estrategia aplicada a los Medios de comunicación social nacionales o internacionales (intra-Medios, sin detalle de soportes y en desarrollo literal).

No se admitirá ninguna propuesta con contenido político ideológico de ningún tipo o sobre ninguna actividad, ni descalificativo hacia ninguna opinión política o social.

2.4.- Todos los participantes admitidos al Premio Academia Joven 2013, recibirán un Diploma acreditativo de su admisión, así como de su inclusión como socios de número en la Academia Joven de la Publicidad -en constitución- pudiendo disfrutar sin costo alguno de las ventajas previstas en los estatutos de la Academia Joven, cuyo proyecto se incluirá en la web de la Academia de la Publicidad una vez aprobados por la Directiva de la Academia de la Publicidad para su ratificación por la Asamblea general de socios.

3.- Jurado

El Jurado encargado de seleccionar los mejores trabajos estará compuesto por un mínimo de cinco y un máximo de nueve expertos en Comunicación Comercial, docentes y/o profesionales, y será designado por la Junta Directiva de la Academia de la Publicidad, incluyéndose, al menos, un representante del patrocinador -la agencia Tactics Europe-.

El Jurado se dará a conocer posteriormente al cierre de la admisión de trabajos y sus componentes designarán a su Presidente, quien dispondrá del voto de calidad. Actuará de Secretaría del Premio la de la Academia de la Publicidad, con voz pero sin voto. La decisión final del Jurado será secreta hasta la entrega del Premio, que se efectuará en un acto a programar por la Academia de la Publicidad y que por la naturaleza de este Premio Academia Joven puede coincidir con el acto de entrega de distinciones a los Miembros de Honor de la Academia de la Publicidad. La fecha de tal acto se dará a conocer a los finalistas el día de su presentación.

3.1.- Podrá designarse una Comisión Técnica para la clasificación/selección previa de los trabajos. Esta Comisión estará representada en el Jurado final, siendo su Presidente y Secretario los del Jurado.

4.-Distinciones:

4.0.1.- El autor o autores del grupo autor del Primer Premio Academia Joven 2013, recibirá trofeo, diploma y la posibilidad de realizar, todo el grupo, un periodo de prácticas de seis meses en la Agencia de Publicidad patrocinadora del Premio, Tactics Europe, sin carácter ni adscripción de derecho laboral alguno con las coberturas legales vigentes.

Las fechas para la realización de estas prácticas se acordarán entre la agencia y los ganadores según situación personal, docente y/o laboral de ambas partes.

4.0.2.- Todos los participantes recibirían diploma acreditativo de participación.

4.1.- Los trabajos finalistas serán cedidos en sus derechos de explotación en ámbito universal por tiempo indefinido en cualquier Medio de reproducción, a favor de la Academia de la Publicidad.

El Primer Premio y los restantes finalistas serán publicados, al menos por sus resúmenes, en la web de la Academia de la Publicidad (www.academiadelapublicidad.org) o medio similar.

4.1.2.- Por las características especiales del tema de esta convocatoria, la cesión de derechos a favor de la Academia de la Publicidad afectaría en la posible negociación de derechos de explotación pública de los elementos de identidad o gráficos presentados de manera que de conseguirse algún rendimiento económico por su utilización pública, se repartirá a partes iguales entre la Academia de la Publicidad, el autor/autores y la Agencia patrocinadora con las retenciones fiscales que en cada caso puedan proceder.

Asimismo de producirse la divulgación pública de los elementos de alguna de las propuestas finalistas de este concurso, se indicará en los correspondientes títulos de crédito el nombre del autor o autores, así como de las instituciones promotoras del premio (Academia de la Publicidad y Tactics Europe)

5.-Otras notas:

Los participantes en este Premio Academia Joven aceptan las presentes Bases, así como ceden a favor de la Academia de la Publicidad los derechos de imagen personal necesarios para que se puedan dar a conocer las participaciones y resultados de la convocatoria.

5.1.- Los datos personales de los participantes se incorporarán al fichero general de socios de la Academia de la Publicidad, a los efectos de mantener correspondencia relacionada con los fines de la Academia. Se podrán ejercer los derechos de oposición, modificación o cancelación de tales datos dirigiéndose a la Academia de la Publicidad, por e-mail: info@academiadelapublicidad.org.

5.2.- Para más informaciones o consultas dirigirse a la Academia de la

Publicidad:

Sagasta 26. 1º Dcha. 28004 Madrid
info@academiadelapublicidad.org
659 93 90 03

5.3.- Se dispondrá un “microsite”, en la web de la Academia de la Publicidad, www.academiadelapublicidad.org, en el que encontrar más información sobre esta convocatoria y su desarrollo, así como en el que se insertarán aquellas noticias o consultas que se vayan recibiendo y puedan resultar de interés para general conocimiento.

6.-Entrega de proyectos y de premios:

Hasta el 12 de marzo de 2014 se recibirán los trabajos a presentar a este Premio Academia Joven en la Academia de la Publicidad, bien por correo postal a su sede provisional: Sagasta 26. 1º Dcha. 28004 Madrid, o por e-mail a info@academiadelapublicidad.org.

El envío por correo postal el mismo día 12 de marzo, o en fechas anteriores que puedan suponer una demora en la recepción sobre la fecha tope del 12 de marzo, deberá comunicarse por e-mail a la Academia de la Publicidad antes o durante el mismo 12 de marzo, para que se pueda aceptar y considerar válido tal envío.

6.1.- Los trabajos se pueden presentar en la forma y formato que se desee y que mejor se adapte a la idea a comunicar, pero en todo caso han de incluir, en el soporte adecuado, su reproducción completa en formato electrónico, pdf, jpeg. mpeg, así como una breve sinopsis literal (solo texto y gráficos) de cinco folios, máximo, a un espacio por una cara o formato similar en todo.

Se incluirá una ficha personal del autor o autores, que de cada uno debe citar, al menos: nombre completo, domicilio fiscal/dirección de contacto, NIF, teléfono y e-mail de contacto, centro docente donde cursa los estudios (indicando nombre completo, dirección postal y e-mail de contacto) curso y grado que cursa actualmente, y cuando proceda los mismos datos del centro docente y fecha de licenciatura.

La situación académica indicada se confirmará por la Academia de la Publicidad para los finalistas, por lo que si se desea junto con el trabajo se puede incluir algún tipo de certificación o declaración del Centro docente sobre

la situación en él del autor/ autores, que de no adjuntarlas con el trabajo se solicitará previamente a la presentación como finalista.

Asimismo y a los efectos previstos en el punto 4.0.1 se deberá entregar en la presentación de finalistas, un historial académico o profesional de cada componente del grupo o del titular individual.

6.2.- Los posibles desplazamientos de los finalistas para la presentación personal serán responsabilidad de ellos mismos, si bien en la entrega de Premios la Academia de la Publicidad hará entrega de una beca de viaje a los finalistas.

Para el acto de entrega de premios, la Academia de la Publicidad prevé la asistencia de todos los componentes de cada propuesta finalista para lo que la Academia de la Publicidad, si residen fuera de Madrid, correrá con los gastos de su desplazamiento así como de su alojamiento por una noche (billetes de tren o avión en turista, hotel *** mínimo, sendas habitaciones dobles). Los familiares de los finalistas tendrán preferencia como invitados al acto siempre que lo comuniquen a la Secretaría de la Academia de la Publicidad y dentro de las posibilidades y disponibilidad del local donde se celebre el acto, con los posibles gastos de desplazamiento y hotel a cargo de los asistentes. En ningún caso la Academia de la Publicidad se hará cargo de los gastos de desplazamiento en Madrid.

6.3.- Los Centros docentes podrán designar profesores coordinadores para sus alumnos que vayan a concurrir al Premio Academia Joven, incluso conceder valores en créditos o recuperar en alguna asignatura el trabajo presentado, sin que nada de ello implique repercusión alguna sobre el Jurado del Premio. La Academia de la Publicidad colaborará en la medida de sus posibilidades con los Centros docentes en este tipo de actuaciones.

Diciembre 2013

info@academiadelapublicidad.org
www.academiadelapublicidad.org
www.tuyelguru.com