

REKLĀMAS VIDEO UN APRAKSTA VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI

Vērtēšana 2. kārtā notiek pēc vērtēšanas kritērijiem, maksimālā punktu summa – 50.

Nr.	Nosaukums	Vērtēšanas kritēriji*	Punkti
1	Video saturs	• Video ideja ir skaidri saprotama, tā ir viegli uztverama.	5
		• Video scenārijs ir pārdomāts, tam ir ievads, kulminācija, risinājums un nobeigums.	5
		• Izmantotie vizuālie risinājumi, tēli un objekti atbilst sniegtajam produktam/pakalpojumam.	5
		• Video rada vēlmi konkrēto produktu/pakalpojumu iegādāties, lietot, iesaistīties, atbalstīt u. tml.	5
2	Video izpildījums	• Video izmantotās audiovizuāli tehniskās metodes ir radošas.	5
		• Video iekļautais teksts ir atbilstošā apjomā un palīdz uztvert ideju.	5
		• Video tehniskais izpildījums ir kvalitatīvs.	5
3	Produkta vai pakalpojuma apraksta saturs	• Apraksts ir kompakts, uzrunājošs, atbilst komandas biznesa plānam un veicina tā mērķu sasniegšanu.	5
		• Pievienotās vizualizācijas labi paskaidro un papildina aprakstu, kā arī ir vizuāli kvalitatīvas.	5
		• Kampanas apraksts ir uzrakstīts saistošā valodā bez gramatiskām un stilistiskām kļūdām (izņēmums, ja atsevišķos gadījumos slengs, anglicismi, pieturzīmju trūkums, sarunvaloda u. tml. pamatoti izmantoti kā mākslinieciskās izteiksmes līdzekļi).	5
KOPĀ:			50

* Ja iesniegtais video vai apraksts neatbilst konkursa nolikumam, komanda var tikt izslēgta no tālākas dalības konkursā.