

# ПОЛОЖЕНИЕ О НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ «МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»

Дата проведения: 3 июля 2025 год

## 1. Общие положения

1.1. Национальная Премия «Медиа-Менеджер России» (далее – Премия) учреждена в целях популяризации наиболее значимых достижений в медиабизнесе, рекламе и сфере коммуникаций. Это отраслевая награда для топ-менеджеров средств массовой информации, рекламной и PR-индустрии, продемонстрировавших профессионализм и мастерство в своей области.

1.2. Символом Премии является чайка, парящая над волной.

1.3. Учредителем и главным организатором Премии является ООО «Издательский дом «МедиаБизнес». Партнерами Премии могут стать профессиональные объединения, заключившие соответствующий договор с Организатором Премии.

1.4. Премия учреждена в 2000 году и вручается ежегодно.

1.5. Настоящее Положение регулирует порядок организации и проведения Премии, отбора и награждения лауреатов.

1.6. Настоящее Положение утверждается Организатором Премии.

## 2. Органы управления Премией

2.1. Организатор Премии.

2.1.1. Организатором Премии является ООО «Издательский дом «МедиаБизнес». Организатор Премии занимается организационными вопросами и финансовым обеспечением деятельности по подготовке и проведению вручения Премии, ее юридическому и информационному сопровождению.

2.1.2. Функции Организатора Премии:

- устанавливать сроки проведения Премии;
- выполнять организационно-технические работы по подготовке и проведению Премии;
- вести делопроизводство по организации и вручению Премии;

- организовывать торжественное вручение наград лауреатам Премии;
- осуществлять информационное сопровождение Премии;
- доводить до сведения общественности настоящее Положение, сроки приема работ, отбора кандидатов, объявления лауреатов и вручения наград, а также информацию о времени, месте, процедуре награждения и иную информацию о Премии;
- ежегодно устанавливать размеры регистрационных взносов;
- решать другие организационные, финансовые и технические вопросы, связанные с проведением Премии.

## 2.2. Оргкомитет Премии.

2.2.1. Оргкомитет является ведущим органом Премии и решает ряд основополагающих задач в процессе подготовки и организации Премии. В состав Оргкомитета Премии входят главы российских Общественных отраслевых организаций.

### 2.2.2. Функции Оргкомитета Премии:

- осуществлять информационную поддержку и продвижение Премии на своих ресурсах;
- доводить до сведения всех входящих в Общественную отраслевую организацию членов информацию о сроках, датах и подробностях проведения Премии;
- участвовать в заседаниях Оргкомитета;
- участвовать в принятии решений, вынесенных на обсуждение Оргкомитетом;
- формировать шорт-лист номинантов Премии из числа всех номинантов Премии.

2.2.3. Персональный состав Оргкомитета Премии и его Председатель определяются Организатором Премии.

2.2.4. Решения Оргкомитета принимаются большинством голосов от числа присутствующих на заседании членов Оргкомитета.

2.2.5. Решения Оргкомитета подписываются Председателем Оргкомитета либо замещающим его лицом и секретарем заседания Оргкомитета Премии.

## 2.3. Экспертный совет Премии.

2.3.1. Экспертный совет (ЭС) является экспертным органом Премии и формируется Организатором из числа лауреатов Премии прошлых лет

и экспертов рынка медиа, рекламы и коммуникаций. Работа Экспертного совета регулируется Организатором Премии.

#### 2.3.2. Полномочия Экспертного совета Премии:

- предлагать (выдвигать) кандидатов на соискание Премии;
- оценивать все поданные заявки претендентов на звание лауреатов Премии;
- давать экспертное заключение по проектам номинантов Премии для проведения дальнейшего голосования членами Жюри Премии.

2.3.3. Порядок работы Экспертного совета определяет Организатор Премии.

#### 2.4. Жюри Премии.

2.4.1. Жюри является главным оценочным органом Премии. Жюри формируется Организатором из лауреатов Премии предыдущего года, Оргкомитета и руководителей отраслевых общественных объединений и представителей партнеров Премии.

2.4.2. Председатель Жюри избирается Попечительским советом Премии.

2.4.3. Решения Жюри принимаются большинством голосов участвующих в голосовании. Члены жюри могут голосовать как очно, так и заочно.

2.4.4. Члены Жюри имеют право:

- оценивать номинантов Премии;
- участвовать и голосовать на заседании Жюри;
- вносить предложения и рекомендации по организации и проведению Премии;
- участвовать в мероприятиях, проводимых в рамках Премии.

2.4.5. Председатель Жюри имеет право:

- участвовать в заседании Жюри с правом решающего голоса;
- участвовать во всех мероприятиях, проводимых в рамках Премии;
- участвовать в заседаниях Попечительского совета и Оргкомитета Премии;
- участвовать в церемонии награждения лауреатов;
- вручать совместно с Председателем Попечительского совета Гран-при «Медиа-Менеджер России»;

#### 2.5. Попечительский совет Премии (ПС)

2.5.1. Попечительский совет формируется Организатором Премии из наиболее авторитетных и известных представителей органов власти, бизнеса и медиасообщества, которые принимают активное участие в развитии медиаиндустрии и рынка массовых коммуникаций. К таковым могут относиться руководители

издательских домов, телеканалов, радиостанций, ведущих рекламных и PR-агентств, компаний-рекламодателей; руководители крупных коммерческих и промышленных корпораций, руководители профильных некоммерческих организаций, а также представители органов исполнительной власти, депутаты Государственной Думы и Совета Федерации Федерального собрания РФ.

#### 2.5.2. Основные задачи Попечительского совета:

- содействовать Организатору в подготовке и проведении Премии;
- содействовать повышению популярности и авторитета Премии в профессиональном сообществе;
- продвигать современные методы управления как важную составляющую эффективности бизнеса в сфере массовых коммуникаций.

#### 2.5.3. Функции Попечительского совета:

- вносить предложения Организатору по изменению настоящего Положения;
- контролировать соблюдение настоящего Положения на каждом этапе проведения Премии;
- вносить предложения и рекомендации по организации и проведению Премии;
- утверждать форму бюллетеня;
- утверждать состав лауреатов Премии по результатам голосования членов Жюри;
- выбирать лауреата Гран-при Премии;

#### 2.5.4. Члены Попечительского совета Премии имеют право:

- участвовать в общем заседании Попечительского совета и Жюри по избранию лауреата высшей награды Премии – Гран-при «Медиа-Менеджер России»;
- участвовать в церемонии награждения;
- участвовать во всех мероприятиях, проводимых в рамках Премии;
- привлекать партнеров и спонсоров Премии.

2.5.5. Информация о членах Попечительского совета может по их желанию размещаться во всех печатных материалах Премии.

#### 2.5.6. Функции членов Попечительского совета:

- оказывать всемерное содействие организации и проведению Премии;
- продвигать Премию в публичных выступлениях и СМИ.

2.5.7. Председатель Попечительского совета избирается на заседании ПС Премии сроком на 3 года.

#### 2.5.8. Полномочия председателя Попечительского совета:

- вести заседания совета;
- подписывать решения, протоколы заседаний Попечительского совета и дипломы лауреатов Премии;
- участвовать во всех заседаниях Жюри и Оргкомитета с правом совещательного голоса;
- использовать свой голос в качестве решающего на заседаниях Попечительского совета при равенстве голосов членов совета;
- вручать диплом лауреату Гран-при «Медиа-Менеджер России».

### 3. Номинации

3.1. Премия «Медиа-Менеджер России» присуждается по следующим основным номинациям:

#### 3.1.1. МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ МЕДИА

В данной номинации выдвигаются представители мультимедийных компаний.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава наблюдательного Совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Главный редактор, Редакционный директор, Шеф-редактор, Директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор
- Коммерческий директор, Директор по рекламе, Директор по продажам, Начальник/Руководитель коммерческого отдела/Службы
- Директор: Спонсорство и Специальные проекты
- Директор по развитию, Стратегический директор, Business development директор, Директор по новым продуктам
- Директор по маркетингу, Бренд-директор, Начальник/Руководитель отдела маркетинга, Директор по DIGITAL-маркетингу, Директор по продвижению
- DIGITAL-ДИРЕКТОР, Руководитель по цифровой трансформации, Руководитель интернет-департамента, Руководитель IT-департамента
- Креативный директор (Директор отдела спецпроектов, АРТ-директор)

### 3.1.2. ЦИФРОВЫЕ ИЗДАТЕЛИ

В данной номинации выдвигаются: диджитал-издатели, издатель телеграм-канала, YouTube-канал, RUTUBE-канал, dzen-канал, VK-канал

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор
- Главный редактор, Редакционный директор, Шеф-редактор, Директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор
- Коммерческий директор, Директор по рекламе, Директор по продажам, Начальник/Руководитель коммерческого отдела/Службы
- Директор: Спонсорство и Специальные проекты
- Директор по развитию, Стратегический директор, Business development директор, Директор по новым продуктам
- Директор по маркетингу, Бренд-директор, Начальник/Руководитель отдела маркетинга, Директор по DIGITAL-маркетингу, Директор по продвижению
- DIGITAL-ДИРЕКТОР, Руководитель по цифровой трансформации, Руководитель интернет-департамента, Руководитель IT-департамента
- Креативный директор (Директор отдела спецпроектов, ART-директор)

### 3.1.3. РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕДИА

В данной номинации выдвигаются представители региональных медиакомпаний.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Главный редактор, Редакционный директор, Шеф-редактор, Директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор
- Коммерческий директор, Директор по рекламе, Директор по продажам, Начальник/Руководитель коммерческого отдела/Службы

- Директор: Спонсорство и Специальные проекты
- Директор по развитию, Стратегический директор, Business development директор, Директор по новым продуктам
- Директор по маркетингу, Бренд-директор, Начальник/Руководитель отдела маркетинга, Директор по DIGITAL-маркетингу, Директор по продвижению
- DIGITAL-ДИРЕКТОР, Руководитель по цифровой трансформации, Руководитель интернет-департамента, Руководитель IT-департамента
- Креативный директор (Директор отдела спецпроектов, АРТ-директор)

#### 3.1.4. ТЕЛЕВИДЕНИЕ

В данной номинации выдвигаются представители телекомпаний.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Генеральный продюсер
- Главный редактор, Редакционный директор, Шеф-редактор, Директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор
- Коммерческий директор, Директор по рекламе, Директор по продажам, Начальник/Руководитель коммерческого отдела/Службы
- Директор: Спонсорство и Специальные проекты
- Директор по развитию, Стратегический директор, Business development директор, Директор по новым продуктам
- Директор по маркетингу, Бренд-директор, Начальник/Руководитель отдела маркетинга, Директор по DIGITAL-маркетингу, Директор по продвижению
- DIGITAL-ДИРЕКТОР, Руководитель по цифровой трансформации, Руководитель интернет-департамента, Руководитель IT-департамента
- Креативный директор (Директор отдела спецпроектов, АРТ-директор)

#### 3.1.5. ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ

В данной номинации выдвигаются представители онлайн-кинотеатров.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Главный редактор, Редакционный директор, Шеф-редактор, Директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор
- Коммерческий директор, Директор по рекламе, Директор по продажам, Начальник/Руководитель коммерческого отдела/Службы
- Директор: Спонсорство и Специальные проекты
- Директор по развитию, Стратегический директор, Business development директор, Директор по новым продуктам
- Директор по маркетингу, Бренд-директор, Начальник/Руководитель отдела маркетинга, Директор по DIGITAL-маркетингу, Директор по продвижению
- DIGITAL-ДИРЕКТОР, Руководитель по цифровой трансформации, Руководитель интернет-департамента, Руководитель IT-департамента
- Креативный директор (Директор отдела спецпроектов, ART-директор)

### 3.1.6. РАДИО

В данной номинации выдвигаются представители радиокomпаний.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Главный редактор, Редакционный директор, Шеф-редактор, Директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор
- Коммерческий директор, Директор по рекламе, Директор по продажам, Начальник/Руководитель коммерческого отдела/Службы
- Директор: Спонсорство и Специальные проекты
- Директор по развитию, Стратегический директор, Business development директор, Директор по новым продуктам
- Директор по маркетингу, Бренд-директор, Начальник/Руководитель отдела маркетинга, Директор по DIGITAL-маркетингу, Директор по продвижению



- DIGITAL-ДИРЕКТОР, Руководитель по цифровой трансформации, Руководитель интернет-департамента, Руководитель IT-департамента
- Креативный директор (Директор отдела спецпроектов, АРТ-директор)

### 3.1.7. ИЗДАТЕЛИ КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА

В данной номинации выдвигаются представители компаний, издающих и выпускающих корпоративные медиа.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Главный редактор (Редакционный директор, Шеф-редактор, Директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор) Директор по развитию, Стратегический директор, Business development директор, Директор по новым продуктам
- DIGITAL-директор, Руководитель интернет-департамента, Руководитель IT-департамента
- Креативный директор (Директор отдела спецпроектов, АРТ-директор)

### 3.1.8. ОТРАСЛЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ

В данной номинации выдвигаются представители компаний, издающих и выпускающих продукты для продвижения и доходности медиа и рекламного бизнеса.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Директор по развитию

### 3.1.9. РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

В данной номинации выдвигаются представители рекламных агентств.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Директор по развитию
- Директор по маркетингу

#### **3.1.10. ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА**

В данной номинации выдвигаются представители рекламных агентств и рекламодателей.

- Руководитель направления Социальные сети
- Руководитель направления Инфлюенс-маркетинг
- Руководитель направления Контекстная реклама
- Руководитель направления Таргетинг
- Руководитель направления Retail
- Руководитель направления Ecommerce

#### **3.1.11. АНАЛИТИКА/ИССЛЕДОВАНИЯ**

В данной номинации выдвигаются представители рекламных агентств и рекламодателей.

- Руководитель направления Аналитика/Исследования

#### **3.1.12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ/СПОНСОРСТВО**

В данной номинации выдвигаются представители рекламных агентств и рекламодателей.

- Руководитель направления Специальные проекты
- Руководитель направления Спонсорство

#### **3.1.13. МЕДИАБАЙИНГ И ПЛАНИРОВАНИЕ**

В данной номинации выдвигаются представители рекламных агентств и рекламодателей.

- Руководитель направления Байинг
- Руководитель направления Планирование

### 3.1.14. **OUT OF HOME**

В данной номинации выдвигаются представители в сфере наружной рекламы.

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Директор по развитию
- Директор по маркетингу

### 3.1.15. **КОММУНИКАЦИИ**

В данной номинации выдвигаются директора по внешним и внутренним коммуникациям компаний, РА, госорганов, медиа, РА и пресс-секретари.

- Топ-менеджмент коммуникационного агентства (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета директоров, глава Наблюдательного совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)
- Коммерческий директор агентства
- Директор по внешним коммуникациям
- Директор по внутренним коммуникациям
- Пресс-секретарь
- Директор по коммуникациям РА и коммуникационного агентства

### 3.1.16. **РЕКЛАМОДАТЕЛЬ**

В данной номинации выдвигаются руководители компаний, отвечающие за продвижение рекламной кампании.

- Вице-президент по маркетингу
- Директор по маркетингу
- Руководитель по продукту для рекламодателей
- Руководитель отдела маркетинга
- Менеджер по перформанс маркетингу
- Диджитал медиаменеджер
- Бренд-менеджер
- Директор по медиазakupкам

### **3.1.17. ЗА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ МЕДИАБИЗНЕСА**

(учреждена АКМР)

- За освещение темы
- За организацию и проведение собственных мероприятий в сфере социальной ответственности
- За построение активных, регулярных и продуктивных отношений с медиа
- За лидерство в трансляции экологической повестки (*подноминация для медиа*)
- За экологическую открытость бизнеса (*подноминация для компаний*)
- За патриотические и социально значимые проекты, продвижение общечеловеческих ценностей и культурного кода страны

Лауреатов в данной номинации определяет Экспертный совет номинации «За устойчивое развитие и социальную ответственность медиабизнеса», в который входят представители НКО и лауреаты прошлого года в данной номинации.

В номинации «За устойчивое развитие и социальную ответственность медиабизнеса» можно подать заявку на участие командой (групповой проект) от 2 до 5 человек.

### **3.1.18. ЗА ВЫДАЮЩИЙСЯ ВКЛАД В ПРОДВИЖЕНИЕ РУССКОЯЗЫЧНОГО СМИ ЗА ПРЕДЕЛАМИ РОССИИ**

- Топ-менеджмент (представители высшего руководства компании: генеральный директор, управляющий партнер, акционер компании, председатель Совета

директоров, глава наблюдательного Совета, издатель, операционный директор, исполнительный директор)

- Главный редактор, Редакционный директор, Шеф-редактор, Директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор

### **3.1.19. ЗА ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ОТРАСЛИ**

Претендентов в данной номинации выдвигают отраслевые общественные объединения, являющиеся партнерами Премии, члены Жюри и ПС Премии.

### **3.1.20. ГРАН-ПРИ «МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»**

Победитель в данной номинации один и выбирается ПС Премии по представлению Жюри Премии.

3.2. Помимо указанных номинаций, могут быть учреждены специальные Премии от Партнеров и Спонсоров Премии.

## **4. Оповещение о проведении Премии**

4.1. Оргкомитет объявляет о проведении Премии путем размещения официального объявления на сайте в открытом доступе, а также публикаций в средствах массовой информации.

В объявлении о проведении Премии указываются:

- номинации Премии;
- условия приема заявок, в том числе сроки подачи заявок и требования, предъявляемые к заявкам;
- сроки подведения итогов;
- дата официальной церемонии награждения победителей.

## **5. Порядок выдвижения номинантов на соискание Премии**

5.1. Выдвижение номинантов на соискание звания лауреата Премии может осуществляться следующим образом:

- самовыдвижение;
- выдвижение профильными организациями;
- выдвижение физическими лицами (при согласии на это соискателя).

#### 5.2. Документы, необходимые номинанту для участия в Премии:

- заявка для участия в Премии (для выставления счета на оплату регистрационного взноса);
- заполненная и подписанная анкета от номинанта;
- заполненное досье в соответствии с предложенной формой;
- фото в формате JPG 300 dpi.

По желанию, номинант может предоставить рекомендательное письмо от выдвигающей организации с указанием аргументов в пользу выдвижения.

Документы подаются в сроки, определяемые Оргкомитетом.

## 6. Порядок определения лауреатов Премии

6.1. Премия присуждается на конкурсной основе. Премия проходит в несколько этапов:

**1-й этап** – прием документов, необходимых номинанту для участия в Премии;

**2-й этап** – после окончания приема документов в течение двух недель Оргкомитет Премии производит рассылку бюллетеней для голосования ЭС Премии. ЭС Премии заочно голосует, затем на очном заседании общественных организаций происходит формирование шорт-листа Премии.

В том случае, если среди соискателей на отдельные номинации Премии не окажется достойных претендентов, Премия в этой номинации не присуждается.

**3-й этап** – оценка номинантов Жюри Премии. Шорт-лист Премии и материалы соискателей Премии передаются Жюри Премии, где путем тайного голосования определяются лауреаты.

**4-й этап** – утверждение победителей Попечительским советом Премии. Список победителей, определенных Жюри, и все материалы на номинантов передаются Жюри в Оргкомитет Премии, который сводит данные и передает в Попечительский совет. На заседании Попечительского совета Премии происходит утверждение

результатов голосования и голосование по номинации Гран-при «Медиа-Менеджер России».

**5-й этап** – объявление лауреатов и итогов Премии на Торжественной церемонии награждения Премии, дату проведения которой определяет Оргкомитет.

## 7. Регистрационный взнос

7.1. Размер регистрационного взноса зависит от периода оплаты и от категории.

Категории	Период оплаты				
	До 31.12.24	с 01.01.25 по 31.03.25	с 01.04.25 по 20.05.25	с 21.05.25 по 31.05.25	с 01.06.25 по 19.06.25
<b>Индивидуальный</b>	120 000 руб.	130 000 руб.	140 000 руб.	150 000 руб.	-
<b>Индивидуальный для БФ, НКО и других общественных организаций</b> в номинации «За устойчивое развитие и социальную ответственность медиабизнеса»	60 000 руб.	65 000 руб.	70 000 руб.	75 000 руб.	75 000 руб.
<b>Групповой проект</b> команда до пяти человек в номинации «За устойчивое развитие и социальную ответственность медиабизнеса»	180 000 руб.	200 000 руб.	220 000 руб.	240 000 руб.	240 000 руб.

7.2. В регистрационный взнос входит: участие, размещение информации номинантов на официальном сайте Премии, в Каталоге номинантов Премии на одной полосе формата А4, приглашение на Торжественную Церемонию вручения Премии. Суммы взносов идут на организационные расходы: проведении Церемонии Премии, организацию конкурсного отбора победителей, изготовление наград для Лауреатов, изготовление полиграфической продукции, рекламно-информационное сопровождение Премии, в том числе информирование общественности о номинантах, их вкладе в развитие медиасообщества, достижениях в профессиональной сфере, поддержание сайта и работу персонала.

7.3. При несвоевременной оплате кандидатура автоматически снимается.

7.4. При отказе от участия в Премии «Медиа-Менеджер России»:

- более чем за один месяц до окончания приема заявок – регистрационный взнос возвращается полностью;
- менее чем за один месяц, но не более пяти дней до окончания приема заявок, возвращается 50% от регистрационного взноса;
- сумма регистрационного взноса не возвращается, если поступил отказ за пять дней до окончания приема заявок.

## **8. Критерии оценки номинантов**

8.1. Критериями оценки номинантов Премии являются:

- успешный результат и вывод на рынок медиатехнологий нового продукта (услуги), создание новой ниши этого рынка;
- внедрение инновационной идеи в сфере медиатехнологий;
- другие виды инноваций в бизнесе, которые повлияли на развитие отрасли;
- наиболее динамичное развитие бизнеса, выдающийся финансовый результат деятельности;
- общественное признание успеха (популярность у читателей, зрителей, потребителей, рейтинг аудитории) деятельности в сфере медиатехнологий;
- социальная значимость деятельности в сфере медиатехнологий.

8.2. По каждому критерию член Жюри выставляет оценку по семибальной шкале, сумма оценок по каждому критерию дает общую оценку номинанту. Для получения окончательной оценки суммируются общие оценки номинанта, выставленные всеми членами Жюри.