



А.В. Васильєв
2013 р.

Положення про Конкурс «Знайди себе у маркетингу!»
Конкурс проводиться за ініціативою кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету

1. Загальні положення

1.1 Цілі конкурсу:

- стимулювання інтелектуального та культурного розвитку молоді, а також підвищення її соціальної активності;
- залучення молоді до вирішення гострих соціальних та економічних проблем міста;
- сприяння обізнаності молоді у сфері маркетингу;
- розкриття та розвиток творчого потенціалу молоді.

1.2 Конкурс проводиться в п'ятьох номінаціях:

- **Відеоролик на соціальну тематику** (перелік орієнтовних тем у п. 4.3).
- **Творча робота (казка, вірш, пісня, оповідання і т.п.)** за тематикою «**Маркетинг навколо мене**».
- **Реклама товару (послуги) – відеоролик, презентація.**
- **Комерційний рекламний плакат.**
- **Соціальна інтернет-акція.**

1.3 Рішенням журі можуть встановлюватися спеціальні нагороди в кожній із номінацій.

1.4 Рішення журі є остаточним та не підлягає оскарженню.

2. Учасники конкурсу

2.1 Участь у конкурсі можуть брати учні 9-11 класів загальноосвітніх шкіл і студенти закладів освіти I-II рівнів акредитації м. Суми та Сумської області.

2.2 Участь у конкурсі передбачається у двох форматах:

- одноосібна участь;
- командна участь, де до участі запрошуюються команди складом 2-5 осіб.

2.3. Учасники конкурсу повинні працювати під керівництвом учителя (викладача), контактні дані якого зазначають в анкеті.

3. Структура конкурсу

3.1 Поширення інформації про Конкурс серед учнів та викладачів шкіл і закладів освіти I-II

рівнів акредитації – жовтень-листопад 2013 року.

3.2 Офіційний початок Конкурсу – 7 жовтня 2013 року.

3.3 Прийом робіт конкурсантів – 7 жовтня - 1 грудня 2013 року.

3.4 Розгляд конкурсних робіт та визначення переможців у кожній із заявлених номінацій – 1-17 грудня 2013 року.

3.5 Оголошення результатів конкурсу та нагородження переможців – 18 грудня 2013 року.

4. Вимоги до конкурсних робіт

4.1 **Відеоролики на соціальну тематику** мають подаватися в електронному вигляді, записані на диску CD або DVD у форматі *.flv, *.avi, *.mpg. Тривалість ролику має складати не більше 2 хв.

4.2 Завдання рекламного відеоролика: показати наявність Проблеми, запропонувати шляхи її вирішення та закликати до негайних дій.

4.3 Орієнтовний перелік напрямів соціальної тематики для відеороликів:

- «Чисто не там, де прибирають, а там, де не сміять!» – проблеми засміченості вулиць, парків та скверів рідного міста;
- «Чемність – обличчя суспільства» – проблеми підвищення етичного рівня спілкування молоді;
- «Молодь за здоровий спосіб життя» – проблеми куріння, алкоголю, наркотиків та інші;
- турбота про братів наших менших;
- допомога дітям-сиротам;
- допомога літнім людям та інвалідам;
- донорство крові;
- проблема живого спілкування в епоху поширення інтерактивних засобів спілкування;
- проблема підліткового суїциду;
- «Батьки і Діти – боротьба поколінь» – проблеми спілкування різних поколінь;
- інші актуальні проблеми сучасності.

4.4 **Творчі роботи** можуть подаватися у друкованому та рукописному варіанті. Сторінки обов'язково мають бути пронумеровані та скріплені.

4.5 Вимоги до оформлення творчих робіт:

- для **друкованих** робіт максимальний обсяг – 5 сторінок формату А4, поля – 1 см, розмір шрифту – 12 pt, інтервал – 1,5;
- для **рукописних** робіт максимальний обсяг – 8 сторінок формату А4, поля – 1 см.

4.6 У творчих роботах допускаються ілюстрації у вигляді малюнків та апікацій для рукописів та у формі згрупованих і вбудованих рисунків MS Word для друкованих робіт.

4.7 **Реклама** може бути створена для існуючого та (або) неіснуючого товару (послуги) у формі відеоролику або презентації; передбачає творчий підхід та оригінальність презентаційного матеріалу.

- **Відеоролики** подаються в електронному вигляді записані на диску CD або DVD у форматі *.flv, *.avi, *.mpg., їх тривалість не повинна перевищувати 2 хв.
- **Презентації** оформлені як презентація Power Point Microsoft Office у форматі *.ppt, *.pptx. Максимальна кількість слайдів – 7.

4.8 Комерційний рекламний плакат може бути розроблений для будь-якого існуючого та (або) неіснуючого товару, послуги у формі плакату, листівки. Номінація може бути представлена як у друкованому, так і рукописному вигляді. Зображення може подаватись із поясненням, де більш детально розкрито сутність рекламного продукту. Максимальний обсяг пояснення – 2 сторінки формату А4.

4.9 Соціальна інтернет-акція передбачає створення заходу в соціальній мережі «Вконтакті» у будь-якій можливій формі: акаунт, група, захід. Цей захід необхідно наповнити інформацією стосовно заданої соціальної тематики: фото-, відео-, аудіоматеріалами. Сутність номінації полягає в проведенні соціального заходу та висвітлення його результатів, пропаганді соціально важливих тем серед учасників заходу та залучення максимальної кількості людей до співучасті в ньому.

4.10 За результатами соціальної інтернет-акції учасники надсилають журі конкурсу опис заходу в друкованій та (або) електронній формі (не більше 3 сторінок А4), де повинні вказати:

1. Інтернет-посилання на створений захід.
2. Назву акції.
3. Мету акції та основні задачі.
4. Опис виконання акції.
5. Досягнуті результати.

4.11 Ключові показники оцінки номінації Соціальної інтернет-акції:

- сутність соціальної ідеї;
- рівень і якість реалізації ідеї;
- кількість і якість фото-, відео-, аудіоматеріалів у самостійному виконанні;
- кількість і якість заходів, проведених у рамках реалізації ідеї;
- кількість залучених людей.

4.12 До роботи окремо додається анкета учасника (команди), яка містить відомості про автора (авторів): П.І.П., рік народження, місце навчання, клас, домашня адреса, контактний телефон, адреса електронної пошти (за наявності), коротка довідка із зазначенням особистих здібностей та вподобань, П.І.П. керівника, його посада та контактний телефон.

Без анкети учасника роботи не розглядаються!

4.13 Усі конкурсні роботи слід подавати до оргкомітету особисто або поштою за адресою: кафедра маркетингу СумДУ, ауд. Т-115, корп. Т, вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, Україна, 40007. **Також роботи можна надсилати у електронному варіанті** на адресу електронної пошти: **marketing.konkurs@gmail.com**

4.14 До участі допускаються роботи подані українською, російською або англійською мовами.

5. Критерії визначення переможців

- 5.1 Творчий підхід.
- 5.2 Актуальність та повнота розкриття теми.
- 5.3 Відповідність обраній тематиці.
- 5.4 Грамотність та охайність.
- 5.5 Самостійність проробленої роботи.

6. Визначення переможців

6.1 Для визначення переможців буде створене авторитетне журі, до складу якого увійдуть

фахівці з маркетингу.

7. Календарний план конкурсу

Термін виконання	Види робіт
Жовтень 2013 року	Поширення інформація про Конкурс
7 жовтня 2013 року	Офіційний початок Конкурсу
7 жовтня – 1 грудня 2013 року	Збір конкурсних робіт
1-17 грудня 2013 року	Розгляд конкурсних робіт, робота журі, визначення переможців та призерів
18 грудня 2013 року	Оголошення переможців, церемонія нагородження

ПОГОДЖЕНО:

Завідувач кафедри маркетингу та УІД,
д.е.н., професор



С.М. Ілляшенко