

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор СумДУ

_____ А.В. Васильєв

« ____ » _____ 2010 р.

Положення про Конкурс «Знайди себе у маркетингу!»
Конкурс проводиться за ініціативою кафедри маркетингу 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 у трьох номінаціях:

- **Кращий рекламний відеоролик на соціальну тематику** (перелік орієнтовних тем у п. 4.3) – командна участь;
- **Оригінальніша презентація** у вигляді слайд-шоу на тему «**Я і моя школа**» – індивідуальна і командна участь;
- **Краще есе** на такі теми: «**Маркетинг навколо мене**», «**Маркетолог – професія майбутнього**», «**Як продати слона?**» – індивідуальна участь.

1.3 Рішенням журі можуть встановлюються спеціальні нагороди у кожній з номінацій.

1.4 Рішення журі є остаточним та не підлягає оскарженню.

2. Учасники конкурсу

2.1 Участь у конкурсі можуть брати учні 10-11 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 для номінацій Презентація та Есе;
- командна участь для номінацій Рекламний відеоролик та Презентація, до участі запрошуються команди складом 2–5 осіб.

3. Структура конкурсу

3.1 Поширення інформації про Конкурс серед учнів та викладачів шкіл і закладів освіти I-II рівнів акредитації – листопад 2010 року.

3.2 Офіційний початок Конкурсу – 1 грудня 2010 року.

3.3 Прийом робіт конкурсантів – 1 грудня – 14 січня 2010 року.

3.4 Розгляд конкурсних робіт та визначення переможців у кожній із заявлених номінацій – 14–24 січня 2011 року.

3.5 Оголошення результатів конкурсу та нагородження переможців – 25 січня 2011 року.

4. Вимоги до конкурсних робіт

4.1 **Рекламні ролики** 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 й 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 vs Діти – боротьба поколінь» – проблеми спілкування різних поколінь;
- інші актуальні проблеми сучасності.

4.3 **Презентації** мають подаватися в електронному вигляді, записані на диску CD або DVD, оформлені як презентація Power Point Microsoft Office у форматі *.ppt, або як відеоролик у форматі *.flv, *.avi, *.mpg. Максимальна кількість слайдів – 15.

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

4.5 Вимоги до оформлення есе:

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

4.6 В есе допускаються ілюстрації у вигляді малюнків та аплікації для рукописів та у формі згрупованих і вбудованих рисунків MS Word для друкованих робіт

4.7 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 з зазначенням особистих здібностей та уподобань.

4.8 Всі 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. Для **друкованих есе** слід також надіслати електронний варіант у форматі *.doc або *.rtf на адресу електронної пошти:

4.9 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.

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
Листопад 2010 року	Поширення інформація про Конкурс
1 грудня 2010 року	Офіційний початок Конкурсу
1 грудня – 14 січня 2010 року	Збір конкурсних робіт
14–24 січня 2011 року	Розгляд конкурсних робіт, робота журі, визначення переможців та призерів
25 січня 2011 року	Оголошення переможців, церемонія нагородження

ПОГОДЖЕНО:

Завідувач кафедри маркетингу,
професор

С.М. Ілляшенко