

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор СумДУ

_____ А.В. Васильєв

«___» _____ 2012 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 у трьох номінаціях:

- **Кращий рекламний відеоролик на соціальну тематику** (перелік орієнтовних тем у п. 4.3) – командна участь;
- **Краща творча робота (казка, вірш, пісня, оповідання і т.п.) за тематикою «Маркетинг навколо мене»** – індивідуальна і командна участь;
- **Краща реклама існуючого чи неіснуючого товару (послуги) – плакат, листівка, аудіо-, відеоролик, презентація і т.п.** – індивідуальна і командна участь;
- **Кращий логотип та слоган школи (класу) з поясненням** – індивідуальна і командна 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 творча робота, реклама існуючого чи неіснуючого товару (послуги), логотип та слоган школи (класу).
- командна участь в усіх номінаціях, 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 – жовтень - грудень 2012 року.

3.2 Офіційний початок Конкурсу – 1 листопада 2012 року.

3.3 Прийом робіт конкурсантів – 1 листопада – 28 грудня 2012 року.

3.4 Розгляд конкурсних робіт та визначення переможців у кожній із заявлених номінацій – 1–17 січня 2012 року.

3.5 Оголошення результатів конкурсу та нагородження переможців – 18 січня 2013 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 сміяться!» – 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 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 В творчих роботах допускаються ілюстрації у вигляді малюнків та аплікації для рукописів та у формі згрупованих і вбудованих рисунків MS Word для друкованих робіт.

4.7 **Реклама** може бути створена для існуючого чи неіснуючого товару (послуги) у формі будь-якого рекламного продукту - плакат, листівка, аудіо-, відеоролик, презентація і т.п., передбачає творчий підхід та оригінальність презентаційного матеріалу.

- **Плакат, листівка тощо** може бути представлена як у друкованому, так і рукописному вигляді.
- **Аудіо- та 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, Максимальна кількість слайдів – 7.

4.8 Логотип та слоган школи (класу) подаються у друкованому та рукописному вигляді формату А4. Якщо робота подається у друкованому вигляді, то має супроводжуватись електронною копією, записаною на диску CD або DVD у форматі *.jpeg, *.jpe, *.jpg, *.png, *.pdf. До логотипу та слогану повинно бути додано пояснення із зазначенням мотивів застосування визначених кольорів, символів, слів, малюнків, шрифтів і т.д. Максимальний обсяг пояснення – 2 сторінки формату А4.

4.9 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, П.І.П. керівника (за наявності), його посада та контактний телефон.

Без анкети учасника роботи не розглядаються!

4.10 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 робіт можна також надіслати електронний варіант у форматі *.doc або *.rtf на адресу електронної пошти: **687844@ukr.net**

4.11 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
Жовтень 2012 року	Поширення інформація про Конкурс
1 листопада 2012 року	Офіційний початок Конкурсу
1 листопада – 28 грудня 2012 року	Збір конкурсних робіт
1–17 січня 2013 року	Розгляд конкурсних робіт, робота журі, визначення переможців та призерів
18 січня 2013 року	Оголошення переможців, церемонія нагородження

ПОГОДЖЕНО:

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

С.М. Ілляшенко