

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор СумДУ

\_\_\_\_\_ А.В. Васильєв

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2011 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 – майбутній студент**» – індивідуальна участь;
- **Краща творча робота (казка, вірш, пісня, оповідання і т.п.)** за тематикою «**Маркетинг навколо мене**» – 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 номінації Презентація та Творча робота;
- командна участь для номінацій Рекламний відеоролик та Творча робота, 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 – вересень 2011 року.

3.2 Офіційний початок Конкурсу – 1 жовтня 2011 року.

3.3 Прийом робіт конкурсантів – 1 жовтня – 1 грудня 2011 року.

3.4 Розгляд конкурсних робіт та визначення переможців у кожній із заявлених номінацій – 1–18 грудня 2011 року.

3.5 Оголошення результатів конкурсу та нагородження переможців – 19 грудня 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 **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 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!**

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

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**

<b>Термін виконання</b>	<b>Види робіт</b>
Вересень 2011 року	Поширення інформація про Конкурс
1 жовтня 2011 року	Офіційний початок Конкурсу
1 жовтня – 1 грудня 2011 року	Збір конкурсних робіт
1–18 грудня 2011 року	Розгляд конкурсних робіт, робота журі, визначення переможців та призерів
19 грудня 2011 року	Оголошення переможців, церемонія нагородження

ПОГОДЖЕНО:

Завідувач кафедри маркетингу,  
професор

С.М. Ілляшенко