КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПОЛОЖЕННЯ

про

ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ СТУДЕНТСЬКИЙ КОНКУРС ТОРГОВЕЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

КИЇВ 2020

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами (далі — Конкурс) проводиться на базі Київського національного торговельно-економічного університету (КНТЕУ).

Під терміном «***Торговельна реклама***» розуміється реклама підприємств торгівлі та реклама товарів, що експонується в підприємствах роздрібної торгівлі. При цьому товарна реклама повинна мати яскраво виражену специфіку саме реклами в місцях продажу.

Мета Конкурсу – розвиток творчих здібностей студентів (майбутніх маркетологів, рекламістів, фахівців зі зв'язків з громадськістю та інших спеціальностей) та генерування оригінальних рішень для подальшого їхнього втілення на практиці.

Завдання Конкурсу – підвищення рівня підготовки майбутніх фахівців із реклами, зв'язків з громадськістю, маркетингу і суміжних спеціальностей, відпрацювання ними отриманих навичок з розробки ідей рекламних матеріалів та їх втілення з використанням сучасних графічних редакторів, програм монтажу відеоматеріалів, настільних видавничих систем та інших спеціалізованих програмних продуктів. Усе це сприятиме закріпленню необхідних теоретичних знань та перенесення їх у площину безпосередньої практики, виявленню індивідуальності та подальшому розвитку творчого потенціалу студентів - майбутніх фахівців та споживачів послуг ринку маркетингових комунікацій.

2. НОМІНАЦІЇ КОНКУРСУ:

Конкурс проводиться за наступними номінаціями:

1. Друкована реклама [D]
2. Зовнішня реклама [Z]
3. Фірмовий стиль [F]
4. Відеореклама [V]
5. Радіореклама [R]
6. Інтернет-Реклама [Int]
7. Проект рекламної кампанії [PRK]

3. ОКРЕМА ТЕМАТИЧНА НОМІНАЦІЯ:

8. Реклама, створена школярами [S]

4. УМОВИ УЧАСТІ У КОНКУРСІ

Бажаючих взяти участь у Всеукраїнському студентському конкурсі торговельної реклами просимо надіслати на вказані адреси електронної пошти Оргкомітету (за номінаціями):

1) заявку на участь у Конкурсі (додаток 1);

2) творчу роботу згідно з технічними вимогами за номінаціями.

Участь у Конкурсі *безкоштовна*.

Мова Конкурсу: українська та англійська.

Учасником Конкурсу може бути студент будь-якої форми навчання поточного року. Авторів однієї роботи в номінаціях: «Зовнішня реклама», «Друкована реклама», «Фірмовий стиль» може бути не більш двох; в інших номінаціях допускається участь команд.

Заявка, яка заповнюється учасником Конкурсу, свідчить про його згоду дотримуватися всіх пунктів Положення про Конкурс.

Кількість поданих робіт (серій робіт) від одного (двох) авторів або Творчого колективу *необмежена*.

Роботи, відправлені в Оргкомітет, не рецензуються й не повертаються учасникам.

5. АВТОРСЬКЕ ПРАВО Й ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ

1. Учасник Конкурсу вже самою своєю участю гарантує, що є автором поданої на Конкурс роботи й власником немайнових і майнових прав інтелектуальної власності на даний рекламний матеріал, а також на всі елементи рекламного матеріалу, що використані при підготовці роботи.

2. У випадку, якщо рекламний матеріал створений у співавторстві, учасник, що подає заявку, зобов’язаний вказати співавтора, що брав участь у створенні даного рекламного продукту.

3. Учасник Конкурсу – автор – власник немайнових і майнових прав на рекламний матеріал, надає право на безоплатне використання рекламного матеріалу з метою популяризації Конкурсу й в інших некомерційних цілях протягом максимального терміну дії авторських прав на відповідні роботи (матеріали) на території України.

4. Організатори Конкурсу залишають за собою право без додаткового узгодження з Учасником – автором рекламного матеріалу використовувати роботи, які брали участь у Конкурсі, для популяризації Конкурсу.

5. Організатори Конкурсу залишають за собою право сприяти популяризації рекламних матеріалів, поданих у якості Конкурсних робіт їх авторами – Учасниками Конкурсу. У випадку, якщо рекламний матеріал не був використаний раніше в рекламних кампаніях, Організатори Конкурсу залишають за собою право сприяти використанню рекламного матеріалу в реальній некомерційній рекламній кампанії, або комерційної рекламної кампанії, за умови слушної винагороди Учасникові – авторові роботи.

6. Організатори Конкурсу залишають за собою право передавати роботи, які брали участь у творчому конкурсі, без додаткової згоди їх авторів для участі в інших творчих конкурсах українських і міжнародних рекламних фестивалях. У випадку перемоги робіт на цих заходах переможцями будуть уважатися автори наданих робіт.

7. Переможці, призери й власники інших призів Конкурсу мають право використовувати призи й дипломи Конкурсу для популяризації власної творчості.

8. Організатори Конкурсу не несуть відповідальності за незаконне використання Учасником у рекламному матеріалі об’єктів інтелектуальної власності, права на які належать третім особам.

9. У випадку, якщо після оголошення результатів Конкурсу було виявлено, що рекламний матеріал, який зайняв призове місце, містить об’єкти інтелектуальної власності, права на які належать третім особам, Організатори Конкурсу мають право анулювати присвоєння Учасникові призового місця після оголошення переможців, якщо виявлено факти плагіату учасника, якого оголошено переможцем.

6. УМОВИ ПРИЙМАННЯ РОБІТ

1. В одному листі відправляється:

робота(ти) в одну номінацію та заявка *до кожної* роботи.

2. **У темі листа** обов’язково вказуються **українською мовою**:

код номінації, прізвище, ім’я та по батькові учасника(ків), ЗВО, факультет, курс, група, як показано в зразку.

Наприклад:

Z_Образцова Тетяна Іванівна_Іванова Юлія Іванівна_КНТЕУ_ФТМ, 3 курс, 5 група.

В самому листі обов’язково вказуються **українською мовою** також назви робіт та контакти.

Наприклад:

Z_Образцова Тетяна Іванівна_Іванова Юлія Іванівна_ КНТЕУ_ ФТМ, 3 курс, 5 група. obraz@gmail.com 093-182-43-45

Робота 1. Z_Образцова Тетяна Іванівна_Іванова Юлія Іванівна_ КНТЕУ_ ФТМ, 3 курс, 5 група_«Моя кав’ярня».

Робота 2. Z_ Образцова Тетяна Іванівна_Іванова Юлія Іванівна_ КНТЕУ_ ФТМ, 3 курс, 5 група_«Посмішка»_Серія (4 роботи)

7. ТЕХНІЧНІ УМОВИ ДЛЯ КОНКУРСНИХ РОБІТ

7.1. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ

Роботи подаються високої якості для роздруківки й демонстрації на екрані (до 5 МБ для принтів і до 500 МБ для відео). Формат для відео виключно AVI.

7.2. ВИМОГИ ДО ПОДАЧІ РОБІТ У КОНКРЕТНІЙ НОМІНАЦІЇ

7.2.1. ВІДЕОРЕКЛАМА [V]

в оригінальній якості у форматі AVI не більш 300 МБ;
хронометраж одного ролика не більш 60 секунд;

– формат відео матеріалу:
  • для HD 1280 x 720 25 кадрів/с прогресив;
  • для SD 720x756 25 кадрів/с прогресив;
  Формат стиску (кодек) Divx.

7.2.2. ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА [Z]; ДРУКОВАНА РЕКЛАМА [D]; ФІРМОВИЙ СТИЛЬ [F] (додаток 2).

Конкурсні роботи в ці номінації подаються:

1. в оригінальній якості у .**JPG** у форматі **А3** (SRA3) 320х450 мм, до 5 МБ;
2. макети виконуються з роздільною здатністю 300 DPI;
3. CMYK;
4. Макет повинен мати QR-код автора (ПІБ, курс, група, ВНЗ, електронна адреса, номер телефону) в правому нижньому кутку (додаток 1, 2).

7.2.3. ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА [Int]

Інтернет-Банери:

Інтернет-банери подаються у форматі GIF, JPG, PNG, SWF (Flash), HTML5 вагою не більше 150 КБ.

Тривалість і швидкість анімації:

– Тривалість анімації не повинна перевищувати 30 секунд. *
– Анімація може відтворюватися циклічно, але не довше 30 секунд.
– Анімовані GIF-оголошення мають відтворюватися зі швидкістю не більше 5 кадрів в секунду.

HTML5 з файлами в ZIP-архіві (може також містити файли CSS, JS, GIF, PNG, JPG, JPEG і SVG)

Розміри банерів: 200 x 200, 240 × 400, 250 × 250, 250 × 360, 300 × 250, 336 x 280, 580 x 400, 120 x 600, 160 × 600, 300 × 600, 300 × 1050, 468 × 60, 728 × 90, 930 × 180, 970 x 90, 970 x 250, 980 × 120, 300 × 50, 320 × 50, 320 x 100

Рекламні кампанії в пошуковій мережі та соціальних мережах, чат-боти:

Робота подається у форматі презентації (ppt, pdf, обсягом не більш 10 слайдів).

Обов’язкові елементи:

– мета, завдання, цільова аудиторія, бюджет рекламної кампанії,
– лінк сайту (бізнес-сторінки/каналу месенджера, що рекламується),
– скріншот 2-3 сторінок сайту (реклама продукту – публікація, пост, сценарій роботи чат-боту і т.п.).

7.2.4. ПРОЕКТ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ [PRK]

1. Конкурсні роботи в номінацію Проект рекламної кампанії подаються у формі презентації Power Point (обсяг не більш 25 слайдів).

За структурою презентація повинна включати наступні розділи:

- опис проблеми, яка стояла перед комунікатором;
- цільова аудиторія;
- запропонована авторами комунікаційна стратегія (загальні положення);
- рекламна стратегія (більш докладно);
- сформульована рекламна ідея рекламної кампанії.

Елементи кампанії з різних засобів маркетингових комунікацій (друкована, зовнішня, телереклама, Інтернет і т. ін.) оформлюються у формат презентації.

Найбільш вдалі фрагменти рекламної кампанії подаються також у форматі: .JPG, A1, **300 DPI** (додаток 1).

2. Елементи кампанії – такі як теле, радіореклама, зовнішня й друкована реклама, фірмовий стиль, Інтернет – можуть бути подані у відповідні номінації Конкурсу у вигляді окремих робіт, що відповідають технічним вимогам даної номінації.

8. ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРСНИХ РОБІТ, НАГОРОДИ КОНКУРСУ

8.1. Критерії оцінки

Основними критеріями оцінювання Журі конкурсних робіт є:

- Креативність (сила рекламної ідеї) – 60%;
- Якість виконання – 20%;
- Стратегічне відповідність маркетинговим цілям Замовника – 20%.

8.2. Журі конкурсу

8.1.1. Склад Журі, у тому числі його голова затверджується наказом ректора КНТЕУ.

8.1.2. Процедура роботи Журі визначається наказом ректора.

8.3. Нагороди конкурсу

Переможці Конкурсу нагороджуються дипломами. У якості нагороди можуть бути використані також премії та цінні подарунки. Обсяг та структура основного нагородного фонду Конкурсу визначається наказом ректора.

Допускається заохочення переможців Конкурсу та авторів кращих робіт з боку торговельних підприємств, державних закладів, приватних осіб.

КОНТАКТИ ОРГКОМІТЕТУ КОНКУРСУ:

Кафедра журналістики та реклами КНТЕУ.
02156, Україна, м. Київ, Кіото, 19, к. А-425, А-424; тел. (044) 531-31-46
Контактна особа: к.е.н., доцент кафедри журналістики та реклами Алданькова Галина Василівна, 093-182-83-43, aldankova.gala@gmail.com

Для реєстрації учасника на адресу Оргкомітету Конкурсу направляються:

- Робота, оформлена згідно з технічними вимогами.
- Електронна форма заявки **до кожної роботи.**

Координатори Конкурса за номінаціями та адреси для надсилання робіт:

1. Зовнішня реклама [Z] – к.пед.н., доцент Брюханова Галина В'ячеславівна, aglania@ukr.net
2. Друкована реклама [D] – к.пед.н., доцент Брюханова Галина В'ячеславівна, aglania@ukr.net
3. Фірмовий стиль [F] – к.е.н., доцент Алданькова Галина Василівна, aldankova.gala@gmail.com
4. Відеореклама [V] – к. філол.н., ст. викладач Шкуров Євген Владленович, shkurov@bigmir.net
5. Радіореклама [R] – к. філол.н., ст. викладач Шкуров Євген Владленович, shkurov@bigmir.net
6. Інтернет-Реклама [Int] – к.е.н., доцент Яцюк Дмитро Васильович, d.yatsiuk@knute.edu.ua
7. Проект рекламної кампанії [PRK] – к.е.н., доцент Бучацька Ірина Олександрівна, ira_buchatska@ukr.net
8. Реклама, створена школярами [S] – к.е.н., доцент Бучацька Ірина Олександрівна, ira_buchatska@ukr.net

Форма для заявки:

https://bit.ly/37MjTVW

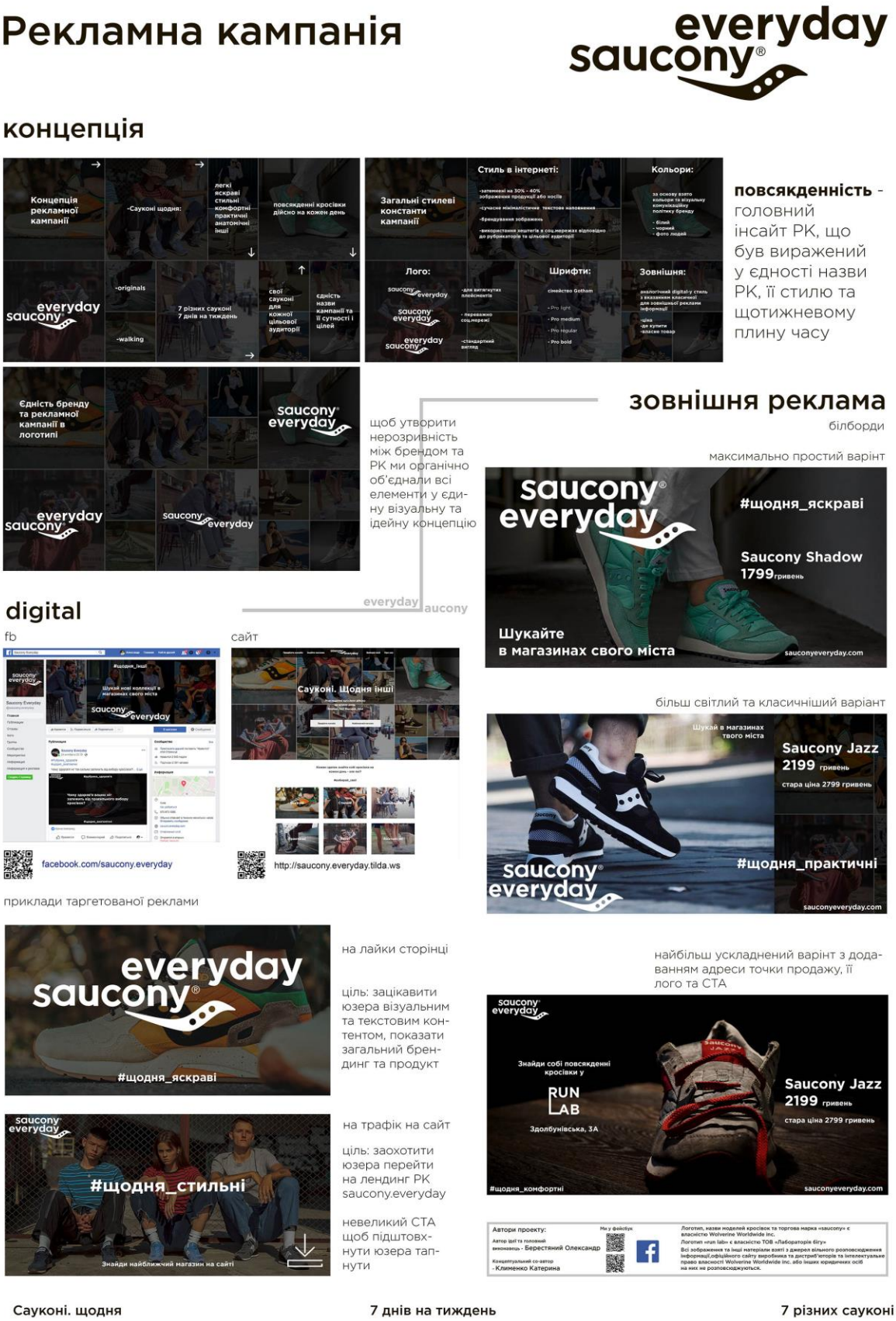
Положення про конкурс:

- в оргкомітеті Конкурсу aldankova.gala@gmail.com;
- у : https://www.facebook.com/groups/546208515554607/

Оргкомітет Конкурсу

Додаток 1

Зразок оформлення рекламної кампанії на А1 із застосуванням QR-коду



Додаток 2

Зразок оформлення фірмового стилю

Фірмовий стиль виконаний в Flat дизайні - ключовому і найсучаснішому напрямку дизайну на сьогодні.

Логотип несе 3 концепції:
1. Пряма асоціація до реклами - це саме магніт. Реклама повинна мати ті ж самі властивості, що і магніт: притягувати. Увагу, погляд, клієнтів, гроші... З шкільних років ми всі чудово пам'ятаємо дугоподібний та прямий магніт. Саме вони є ключовими образами логотипу.
2. UI. Кожен сучасний дизайнер, маркетолог чи рекламіст чудово розуміє, про що йдеться, коли бачить цю абривіатуру. UI - це фізичні характеристики, яких набуває ваш продукт. Колір, форма, читабельність тексту і тд. Як правило, люди які насамперед помічають цю абривіатуру, задіяні в сфері маркетингу чи дизайну.
3. Як відомо, фірмовий стиль розробляється саме для б конкурсу. А лого нагадує римську цифру б.
Використані кольори матовий синій та червоний як асоціації з магнітом. Чорний колір текстової частини - класика, солідність, цінність.

Запропоновані вище кружки виконані покриттям, яке змінює свій колір при термообробці. Коли в кружці гарячий напій вона червона, коли холодний - синя.

Також на носіях використані слогани: "Catch their eyes!" та ""I'm attracting". Цей ряд можна продовжити на нших носіях з аналогічним сенсом: позиціювання себе як бренду, що притягує в прямому сенсі цього слова.