



24 | 11 | 2023



ДЕРЖАВНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Шановні колеги!

Запрошуємо взяти участь у роботі
XI Всеукраїнського студентського конкурсу торговельної реклами,
який відбудеться **24 листопада 2023 року**
в Державному торговельно-економічному університеті

НОМІНАЦІЇ КОНКУРСУ:

Конкурс проводиться за такими номінаціями:

- | | | | |
|--------------------------|-------|-------------------------------|---------|
| 1. Друкована реклама | [D] | 5. Аудіореклама | [A] |
| 2. Інфографіка в рекламі | [Y] | 6. Інтернет-реклама | [Int] |
| 3. Фірмовий стиль | [F] | 7. Проєкт рекламної кампанії | [PRK] |
| 4. Відеореклама | [V] | 8. Реклама, створена юніорами | [S] |

ОКРЕМІ ТЕМАТИЧНІ НОМІНАЦІЇ:

- | | |
|--|-------|
| 9. Гендерно-чутлива реклама | [G] |
| 10. Ukrainian Bravery Будь сміливим
(Be Brave Like Ukraine) | [U] |

УМОВИ УЧАСТІ У КОНКУРСІ

Для участі у Всеукраїнському студентському конкурсі торговельної реклами, необхідно до **10 листопада 2023 року** надіслати:

- в електронній формі заявку і зареєструватися;
- надіслати творчу роботу Оргкомітету за вказаними адресами електронної пошти (за номінаціями).

Участь у Конкурсі безкоштовна.

Мова Конкурсу: українська та англійська.

Учасниками Конкурсу можуть бути юніори та здобувачі вищої освіти будь-якої форми навчання. Авторів однієї роботи в номінаціях «Зовнішня

реклама», «Друкована реклама», «Фірмовий стиль» може бути не більш двох; в інших номінаціях допускається участь команд.

Заявка, яку заповнює учасник Конкурсу, свідчить про його згоду дотримуватися усіх пунктів Положення про Конкурс.

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

Роботи, надіслані до Оргкомітету, не рецензуються і не повертаються учасникам.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Основними критеріями оцінювання журі конкурсних робіт є:

- креативність (сила рекламної ідеї) – 60 %;
- якість виконання – 40 %.

Найкращий слоган може буде відзначено членами журі.

УМОВИ ПРИЙМАННЯ РОБІТ

1. Електронна заявка подається *до кожної* роботи (серії робіт).

2. Надсилаючи творчу роботу на електронну пошту, у **темі листа** обов'язково вказують **українською мовою** код номінації, прізвище, ім'я, по батькові учасника(ків), заклад вищої освіти, факультет, курс, групу, як зазначено у зразку.

Наприклад:

Y_Бойко Тетяна, Сидоренко Юлія, ДТЕУ, ФТМ, 3 курс, 5 група.

У **листі** обов'язково потрібно зазначити **українською мовою** також назви робіт та контактні дані.

Наприклад:

Y_Бойко Тетяна, Сидоренко Юлія, ДТЕУ, ФТМ, 3 курс, 5 група.
Boyko@gmail.com 093 182 43 45

Робота 1. Y_Бойко Тетяна, Сидоренко Юлія, ДТЕУ, ФТМ, 3 курс, 5 група, «Моя кав'ярня».

Робота 2. Y_Бойко Тетяна, Сидоренко Юлія, ДТЕУ, ФТМ, 3 курс, 5 група, «Посмішка», серія (4 роботи).

ТЕХНІЧНІ УМОВИ ДЛЯ КОНКУРСНИХ РОБІТ

1. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ

Роботи мають бути високої якості для роздрукування й демонстрації на екрані (до 5 МБ для принтів і до 300 МБ для відео). Формат для відео лише один – MP4.

2. ВИМОГИ ДО ПОДАННЯ РОБІТ У КОНКРЕТНІЙ НОМІНАЦІЇ

2.1. ВІДЕОРЕКЛАМА [V]

- 1) в оригінальній якості у форматі MP4 не більше ніж 300 МБ;
- 2) хронометраж одного ролика не більше ніж 60 с;
- 3) формати відеоматеріалу:
 - вертикальний формат, HD, 1080 x 1920, 25-60 кадрів/с;
 - вертикальний формат, 4K, 2160 x 4096, 25 кадрів/с;
 - горизонтальний формат, HD, 1920 x 1080, 25-60 кадрів/с;
 - горизонтальний формат, 4K, 4096 x 2160, 25 кадрів/с;Формат стиску (кодек) H.264.

2.2. ІНФОГРАФІКА В РЕКЛАМІ [Y]; ДРУКОВАНА РЕКЛАМА [D]; ФІРМОВИЙ СТИЛЬ [F]

Конкурсні роботи в ці номінації подають:

- 1) в оригінальній якості у .JPG у форматі A3 (297x420 мм), до 5 МБ;
- 2) макети мають бути виконані з роздільною здатністю 300 DPI; СМУК.

2.3. ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА [Int]

Інтернет-банери:

Інтернет-банери подають у форматі GIF, JPG, PNG, SWF (Flash), HTML5 розміром не більше ніж 5 МБ.

Тривалість і швидкість анімації:

- тривалість анімації не повинна перевищувати 30 с. *
- анімація може відтворюватися циклічно, але не довше 30 с.
- анімовані GIF-оголошення мають відтворюватися зі швидкістю не більше ніж 5 кадрів у 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 x 400, 250 x 250, 250 x 360, 300 x 250, 336 x 280, 580 x 400, 120 x 600, 160 x 600, 300 x 600, 300 x 1050, 468 x 60, 728 x 90, 930 x 180, 970 x 90, 970 x 250, 980 x 120, 300 x 50, 320 x 50, 320 x 100.

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

Робота подається у форматі презентації (ppt, pdf, обсягом не більше 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 тощо).

2.4. ПРОЄКТ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ [PRK]

1. Конкурсні роботи в номінацію «Проект рекламної кампанії» подають у формі презентації Power Point (обсяг не більше 25 слайдів).

За структурою презентація повинна містити такі розділи:

- опис проблеми, яка постала 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 тощо) оформлюють у форматі презентації.

2. Елементи кампанії, такі як відео-, аудіореklама, зовнішня і друкована реклама, фірмовий стиль, Інтернет можуть бути подані у відповідні номінації Конкурсу у вигляді окремих робіт, що відповідають технічним вимогам даної номінації

НАГОРОДИ КОНКУРСУ

Переможці Конкурсу нагороджуються дипломами. Нагородами можуть бути також премії та цінні подарунки. Обсяг і структура основного нагородного фонду Конкурсу визначається наказом ректора.

Допускається заохочення переможців Конкурсу та авторів кращих робіт торговельними підприємствами, державними закладами, приватними особами.

Для учасників з інших міст дипломи і подарунки надсилаються поштою.

ТЕРМІНИ ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСУ

1-й етап. до 10 листопада 2023 р. роботи в електронному вигляді надсилаються на електронні адреси оргкомітету конкурсу (відповідно до номінації). До кожної роботи необхідно заповнити заявку через [форму](#).

2-й етап. до 15 листопада 2023 р. – відбір робіт, які будуть допущені до участі у фіналі згідно з технічними вимогами за номінаціями.

3-й етап. до 17 листопада 2023 р. – робота журі із формування шорт-листа й визначення переможців.

4-й етап. з 24 листопада 2023 р. – виставка робіт online/offline.

5-й етап. 24 листопада 2023 р. – оголошення переможців.

КОНТАКТИ ОРГКОМІТЕТУ КОНКУРСУ

Кафедра журналістики та реклами ДТЕУ.

02156, Україна, м. Київ, Кіото, 19, к. А-425, А-424; тел. (044) 531-31-46.

Контактна особа:

завідувач кафедри журналістики та реклами

Файвішенко Діана Сергіївна, д-р. екон. наук,

d.fayvishenko@knute.edu.ua

к.е.н., доцент кафедри журналістики та реклами
Алданькова Галина Василівна канд.екон.наук,
h.aldankova@knute.edu.ua

**Для реєстрації учасника на адресу оргкомітету Конкурсу
надсилають:**

- Роботу, оформлену згідно з технічними вимогами.
- Електронну форму заявки до кожної роботи.

Координатори Конкурсу за номінаціями та адреси для надсилання робіт:

1. Друкована реклама [D] – Брюханова Галина В'ячеславівна, канд.пед.наук, доцент h.bryukhanova@knute.edu.ua
2. Інфографіка в рекламі [Y] – Брюханова Галина В'ячеславівна, канд. пед. наук, доцент h.bryukhanova@knute.edu.ua
3. Фірмовий стиль [F] – Алданькова Галина Василівна, канд.екон.наук, доцент h.aldankova@knute.edu.ua
4. Відеореклама [V] – Шкуров Євген Владленович, канд. філол.наук, доцент e.shkurov@knute.edu.ua
5. Аудіореклама [A] – Шкуров Євген Владленович, канд. філол.наук, доцент e.shkurov@knute.edu.ua
6. Інтернет-Реклама [Int] – Яцюк Дмитро Васильович, канд.екон.наук, доцент d.yatsiuk@knute.edu.ua
7. Проєкт рекламної кампанії [PRK] – Бучацька Ірина Олександрівна, канд.екон.наук, доцент i.buchatska@knute.edu.ua

ОКРЕМІ ТЕМАТИЧНІ НОМІНАЦІЇ

8. Реклама, створена юніорами [S] – Бучацька Ірина Олександрівна, канд.екон.наук, доцент i.buchatska@knute.edu.ua
9. Гендерно-чутлива реклама [G] – Шкуров Євген Владленович, канд. філол.наук, доцент e.shkurov@knute.edu.ua
10. Ukrainian Bravery | Будь сміливим (Be Brave Like Ukraine) [U] – Алданькова Галина Василівна, канд.екон.наук, доцент h.aldankova@knute.edu.ua

Форма для заявки:



Інформація про Конкурс:

на сайті кафедри: <https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=38172>

Зразки робіт попередніх років можна переглянути на сайті кафедри:



https://knute2017-my.sharepoint.com/:p:/g/personal/h_aldankova_knute_edu_ua/Edm7stym1jZAi6I_kkbjrK0Br_VJENwHtUsvE_fmKCTkgw?rttime=XpJzrEnL20g

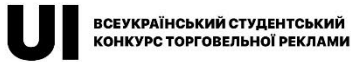
ПАРТНЕРИ КОНКУРСУ:



BRAIN TANK



ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ СТУДЕНТСЬКИЙ КОНКУРС ТОРГОВЕЛЬНОЇ РЕКЛАМИ



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 скількох років ми всі чудово пам'ятаємо дугоподібний та прямий магніт. Саме вони є ключовими образами логотипу.

2. UI. Кожен сучасний дизайнер, маркетолог чи рекламист чудово розуміє, про що йдеться, коли бачить цю абривіатуру. UI – це фізичні характеристики, яких набуває ваш продукт. Колір, форма, читабельність тексту і т.д. Як правило, люди які насамперед помічають цю абривіатуру, задіяні в сфері маркетингу чи дизайну.

3. Як відомо, фірмовий стиль розробляється саме для 6 конкурсу. А лого нагадує римську цифру 6. 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 інших носіях з аналогічним сенсом: позиціонування себе як бренду, що притягує в прямому сенсі цього слова.

