

Додаток 8 до наказу

від «28» 09 2023 р. № 3264

«Про введення в дію постанов вченої ради  
ДТЕУ від 28 вересня 2023 р.»

**ПОСТАНОВА № 2/13**

вченої ради ДТЕУ

від 28 вересня 2023 року

(протокол № 2, п. 13)

**Про затвердження Положення  
про Всеукраїнський студентський  
конкурс торговельної реклами**

Вчена рада ДТЕУ

**ПОСТАНОВЛЯЄ:**

1. Затвердити Положення про Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами, що додається.

Голова вченої ради



**Анатолій МАЗАРАКІ**

Учений секретар



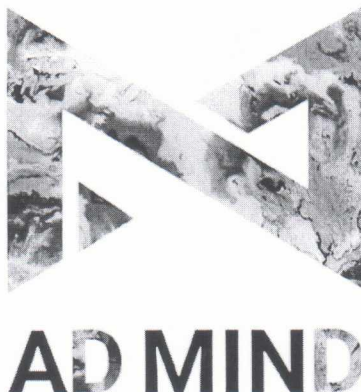
**Олена СИМ'ЯЧКО**



# ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Постанова вченої ради ДТЕУ  
від 28 вересня 2023 р.  
(протокол № 2, п. 13)

ВВЕДЕНО В ДІЮ  
наказ ДТЕУ  
від «28» 09 2023 р. № 3264



## ПОЛОЖЕННЯ

про  
ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ СТУДЕНТСЬКИЙ КОНКУРС  
ТОРГОВЕЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

КИЇВ

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами (далі – Конкурс) проводиться на базі Державного торговельно-економічного університету (ДТЕУ).

Під терміном «*Торговельна реклама*» розуміється реклама підприємств торгівлі, реклама товарів й торговельних марок, що експонуються підприємствами роздрібної торгівлі. При цьому реклама повинна мати яскраво виражену специфіку саме у місцях продажу.

**Мета Конкурсу** – розвиток творчих здібностей студентів (майбутніх маркетологів, рекламистів, фахівців зі зв'язків з громадськістю та інших спеціальностей) та генерування оригінальних рішень для подальшого їх втілення у практичну діяльність.

**Завдання Конкурсу** – підвищення рівня підготовки майбутніх фахівців із реклами, зв'язків з громадськістю, маркетингу і суміжних спеціальностей, відпрацювання ними набутих навичок з розроблення 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 перенесенню їх у площину безпосередньої практики, виявленню індивідуальності та подальшому розвитку творчого потенціалу студентів – майбутніх фахівців та споживачів.

## 2. НОМІНАЦІЇ КОНКУРСУ

Конкурс проводиться за такими номінаціями:

1. Друкована реклама [ D ]
2. Зовнішня реклама [ Y ]
3. Фірмовий стиль [ F ]
4. Відеореклама [ V ]
5. Аудіореклама [ A ]
6. Інтернет-реклама [ Int ]
7. Проект рекламної кампанії [ PRK ]

## 3. ОКРЕМІ ТЕМАТИЧНІ НОМІНАЦІЇ (щорічне уточнення )

8. Реклама, створена юніорами [ S ]
9. Гендерно-чутлива реклама [G]
10. «Вільні. Нескорені. Час переосмислення себе!»

#### 4. УМОВИ УЧАСТІ У КОНКУРСІ

Для участі у Всеукраїнському студентському конкурсі торговельної реклами, необхідно:

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

**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.

#### 5. АВТОРСЬКЕ ПРАВО Й ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ

1. Учасник Конкурсу своєю участю гарантує, що є автором поданої на Конкурс роботи і власником немайнових та майнових прав інтелектуальної власності на даний рекламний матеріал, а також на всі елементи рекламного матеріалу, що використані під час підготовки роботи.

2. У разі, якщо рекламний матеріал створено у співавторстві, учасник, який подає заявку, зобов'язаний вказати співавтора, який 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 та 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 як Конкурсні роботи їх авторами – Учасниками Конкурсу. У разі, 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 комерційній рекламній кампанії за умови певної винагороди Учасникові – авторів 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 на українських і міжнародних рекламних фестивалях. У разі перемоги робіт на цих заходах переможцями будуть вважатися 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 разі, якщо після оголошення результатів Конкурсу було виявлено, що рекламний матеріал, який посів 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. 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.  
Bouko@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).

## 7. ТЕХНІЧНІ УМОВИ ДЛЯ КОНКУРСНИХ РОБІТ

### 7.1. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ

Роботи мають бути високої якості для роздруківки й демонстрації на екрані (до 5 МБ для принтів і до 500 МБ для відео). Формат для відео лише один – AVI.

## **7.2. ВИМОГИ ДО ПОДАННЯ РОБІТ У КОНКРЕТНІЙ НОМІНАЦІЇ**

### **7.2.1. ВІДЕОРЕКЛАМА [ V ]**

- в оригінальній якості у форматі AVI не більше ніж 300 МБ;
  - хронометраж одного ролика не більше ніж 60 с;
  - формат відеоматеріалу:
    - 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 [ Y ]; ДРУКОВАНА РЕКЛАМА [ D ]; ФІРМОВИЙ СТИЛЬ [ F ] (додаток 1).**

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.

### **7.2.3. ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА [ Int ]**

#### **Інтернет-банери**

Інтернет-банери подають у форматі GIF, JPG, PNG, SWF (Flash), HTML5 розміром не більше ніж 150 КБ.

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).

## 7.2.4. 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-, аудіореклама, зовнішня і 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 оцінювання

Основними критеріями оцінювання журі конкурсних робіт є:

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

Найкращий слоган може буде відзначено членами журі.

### 8.2. Журі конкурсу

8.1.1. Склад журі, у тому числі його голова, затверджується наказом ректора ДТЕУ.

8.1.2. Процедура роботи журі визначається наказом ректора.

### 8.3. Нагороди конкурсу

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

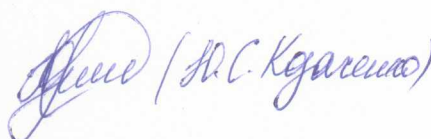
Допускається заохочення переможців Конкурсу та авторів кращих робіт торговельними підприємствами, державними закладами, приватними особами.

## КОНТАКТИ ОРГКОМІТЕТУ КОНКУРСУ

Кафедра журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету.

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

Контактна особа: Алданькова Галина Василівна, канд. екон. наук, доцент кафедри журналістики та реклами [h.aldankova@knute.edu.ua](mailto:h.aldankova@knute.edu.ua)

 (H. S. Kovalenko)

Для реєстрації учасника на адресу Оргкомітету Конкурсу надсилають:

- ✓ роботу, оформлену згідно з технічними вимогами.
- ✓ електронну форму заявки до кожної роботи (серії робіт).

Координатори Конкурсу за номінаціями та адреси для надсилання робіт  
(щорічно уточнюються)

Зразок форми для заявки:










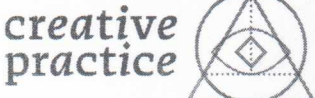




<https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=gIjms5A05kaylaNuS-1HKKtTQ5UXfcRNhtcbhQMbUcFUMEFWTEJIVVRF090MEICMzRZTDhXQVIHTC4u>

Зразки робіт попередніх років можна переглянути на сайті кафедри:  
<https://knute.edu.ua/file/MTIyMzc=/bf99df407c452bf02b2611654d87ade5.pdf>

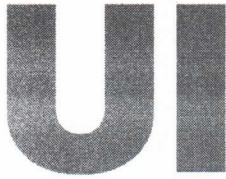
ПАРТНЕРИ КОНКУРСУ:

(щорічно уточнюються)

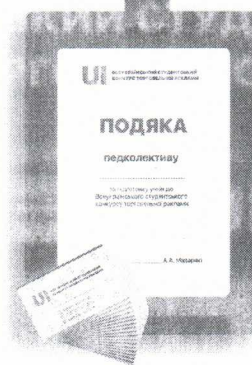
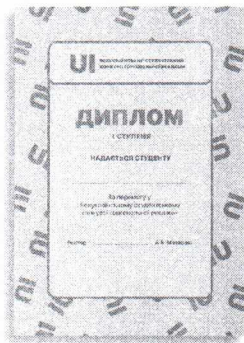
 Coca-Cola HBC Ukraine	 RESEARCH®	 lifecell
 min ТЕРИТОРІЯ разом з родиною	 CONTENT.UA You can do more	 goodstory studio
 KA GROUP	 ARDIS group	 ЕПІЦЕНТР® НАЦІОНАЛЬНА ГОЛОВНА ПРАКТИКА
 creative practice	 BRAIN TANK	 ОСК КІНО



Зразок оформлення фірмового стилю



ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ СТУДЕНТСЬКИЙ  
КОНКУРС ТОРГОВЕЛЬНОЇ РЕКЛАМИ



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

Логотип несе 3 концепції:

1. Проста 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 т.д. Як правило, люди які носами перед 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. Червоний колір текстової частини – класика, солідність, цінність.

Запропоновані вище кружки виконані покриттям, яке змінює свій колір при термообробці. Коли з кружки 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.

