

Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”

Українська Асоціація Маркетингу



ПОЛОЖЕННЯ

про

ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ КОНКУРС СТУДЕНТСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

ДНІПРО

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Всеукраїнський конкурс студентської соціальної реклами (далі – Конкурс) проводиться щороку на базі НТУ «Дніпровська політехніка» за підтримки Української Асоціації Маркетингу у межах міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих учених «Majesty of Marketing».

Під терміном «Соціальна реклама» розуміється вид некомерційної реклами, що має на меті привернути увагу громадськості до певної соціальної проблеми.

Мета Конкурсу – сприяти формуванню соціально відповідального мислення студентів і розвитку їхніх комунікаційних та креативних навичок через створення ефективних соціальних меседжів, здатних впливати на суспільну свідомість.

Завдання конкурсу:

1. Сприяти формуванню активної громадянської позиції серед студентської молоді.
2. Розвивати у студентів креативне мислення, медіаграмотність та навички створення соціальної реклами.
3. Підвищувати обізнаність про актуальні соціальні проблеми сучасного суспільства.
4. Стимулювати міждисциплінарну взаємодію студентів різних спеціальностей у процесі створення соціальних комунікацій.

2. НОМІНАЦІЇ КОНКУРСУ:

Конкурс проводиться за такими номінаціями:

1. Друкована реклама.
2. Відеореклама.

3. ОКРЕМІ ТЕМАТИЧНІ НОМІНАЦІЇ:

(щорічне уточнення)

Окремі тематичні номінації визначається щороку перед початком Конкурсу серед актуальних соціальних тем шляхом відкритого студентського голосування, що проводить кафедра маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка».

Основні тематичні номінації Конкурсу:

1. Громадянська позиція та відповідальність

Соціальна активність, патріотизм, культура взаємоповаги, утвердження цінностей доброчесності, довіри й єдності в суспільстві.

2. Освіта, розвиток та академічна культура

Популяризація освіти, академічної доброчесності, саморозвитку, лідерства, студентської активності та ролі університету у формуванні майбутнього.

3. Медіаграмотність та інформаційна безпека

Протидія дезінформації, розвиток критичного мислення, культура відповідального споживання інформації, цифрова етика.

4. Ментальне здоров'я та людяність

Психологічна підтримка, емоційне благополуччя, культура турботи про себе та інших, профілактика вигорання і стигматизації.

5. Сталий розвиток та екологічна свідомість

Екологічна культура, свідоме споживання, ощадливе використання ресурсів, турбота про довкілля як частина сучасного стилю життя.

6. Інклюзія та рівні можливості

Повага до різноманіття, доступність освіти, подолання бар'єрів і стереотипів, створення дружнього середовища для всіх.

7. Підтримка Збройних Сил України та волонтерський рух

Відображення ролі кожного у спільній справі перемоги, подяка захисникам, популяризація волонтерства та культури підтримки.

4. УМОВИ УЧАСТІ У КОНКУРСІ

Бажаючим взяти участь у Всеукраїнському конкурс студентської соціальної реклами необхідно: зареєструвати свою участь та надіслати роботу електронну форму під час реєстрації.

Участь у Конкурсі безкоштовна.

Мова Конкурсу: українська та англійська.

Учасником Конкурсу може бути здобувачі фахової передвищої освіти, здобувачі вищої освіти будь-якої форми навчання поточного року. Допускається участь команд.

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

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

Роботи, надіслані до Оргкомітету, рецензуються відбірковим журі Конкурсу.

4. ВІДБІРКОВЕ ЖЮРІ КОНКУРСУ

До складу відбіркового журі Конкурсу входять маркетологи, рекламисти, представники бізнесу та представники академічної спільноти, з досвідом роботи не менше трьох років. Кількість членів журі має бути не менше 5 осіб. Склад журі затверджується щороку перед початком Конкурсу рішенням Вченої Ради фінансово-економічного факультету НТУ «Дніпровська політехніка».

5. КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ РОБІТ ЖУРІ КОНКУРСУ

Відбіркове журі конкурсу повідомляє про результати відбору робіт на передодні проведення Конкурсу на підставі наступних критеріїв:

1. *Актуальність теми* – відповідність соціальній проблемі, значущість і своєчасність обраного питання.
2. *Соціальний вплив* – потенціал роботи привернути увагу, викликати емоційний відгук і мотивувати до дії.

3. *Креативність та оригінальність ідеї* – новизна підходу, творчість у подачі змісту, нестандартність рішень.
4. *Чіткість і переконливість меседжу* – зрозумілість основної ідеї, сила соціального послання.
5. *Відповідність форми змісту* – гармонійне поєднання візуального, текстового та емоційного компонентів.
6. *Якість виконання* – професійність, технічна грамотність, естетичність, відповідність обраного формату.
7. *Комунікативна ефективність* – здатність роботи впливати на цільову аудиторію, запам'ятовуваність і можливість поширення в медіа.

За кожним критерієм журі може виставляти бали за 10-бальною шкалою. Підсумковий рейтинг визначається шляхом середнього арифметичного балів членів журі.

Метою оцінювання є визначення найбільш творчих, змістовних і соціально значущих робіт, які відповідають завданням Конкурсу.

6. 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, 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, (у друкованому та електронному вигляді) виключно з некомерційною метою в рамках навчального процесу, для освітніх цілей, демонстрації творчих підходів і навичок авторів.

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 комерційній рекламній 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.

10. Відповідальність за наданий матеріал несуть автори з дотриманням основних правил академічної доброчесності та правами інтелектуальної власності.

7. ВИМОГИ ДО КОНКУРСНИХ РОБІТ

1. Макети соціальної друкованої реклами надаються у форматі А-3 у друкованому вигляді (повнокольоровий, будь-яка орієнтація) та електронному вигляді (через будь-який файлообмінник + посилання для скачування роботи на marketingkonf@gmail.com)

Назва файлу: Прізвище авторів.jpg, розширення - 300 dpi.

2. Відеоролик надається у форматі AVI, MP4 (CD/DVD або через будь-який файлообмінник + посилання для скачування роботи на marketingkonf@gmail.com)

Назва файлу: Прізвище авторів.avi, хроно-метраж від 30 до 180 секунд. На початку відеоролику повинна бути вказана назва номінації та конкурсної роботи.

8. ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРСНИХ РОБІТ, НАГОРОДИ КОНКУРСУ

8.1 Оцінювання конкурсних робіт здійснюється наступним шляхом:

1 етап – внутрішнє оцінювання відбірковим журі Конкурсу за оголошеними критеріями (п.4, 5 Положення).

2 етап – переможці у кожній номінації у друкованій та відео рекламі визначаються шляхом таємного голосування учасників міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих учених конференції «Majesty of Marketing», у межах якої проводиться Конкурс. Якщо за результатами голосування є роботи, які набрали однакову кількість голосів – може бути декілько 1, 2 чи 3 місць. *Роботи демонструються учасникам конференції без зазначення авторства (анонімізація).*

8.2 Нагороди Конкурсу

Переможці Конкурсу нагороджуються грамотами та призами від спонсорів-роботодавців та корпоративною продукцією НТУ «Дніпровська політехніка».

9. РЕЄСТРАЦІЯ УЧАСНИКІВ КОНКУРСУ

Учасники надсилають через електронну форму заявку до *кожної* роботи або серії робіт, а також прикріплюють роботи, оформлені згідно з технічними вимогами на електронну пошту marketingkonf@gmail.com. Електронна форма

заявки розміщується після оголошення Конкурсу на сайті кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» <https://mk.nmu.org.ua/ua/npd/majesty.php> та Української Асоціації Маркетингу <https://uam.in.ua/>, також розповсюджується шляхом розсилки електронною поштою та через соціальні мережі.

КОНТАКТИ ОРГКОМІТЕТУ КОНКУРСУ

Кафедра маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка».

49005 м. Дніпро, пр. Дмитра Яворницького, 19

Контактні особи:

Куваєва Тетяна Володимирівна – завідувачка кафедрою маркетингу, к.е.н.,
доцент Kuvaieva.T.V@nmu.one

Шинкаренко Наталія Валентинівна – доцентка кафедри маркетингу, к.е.н.,
доцент Shynkarenko.N.V@nmu.one