

ХІІ РЕГІОНАЛЬНИЙ ОН-ЛАЙН КОНКУРС СТУДЕНТСЬКИХ РЕКЛАМНИХ ПРОЄКТІВ

ПОЛОЖЕННЯ

Термін оголошення результатів: **28 листопада 2024 року**

Організатори Конкурсу:

Кафедра маркетингу Хмельницького національного університету.

ТМ «HILLARY» – бренд натуральної косметики – генеральний спонсор (Інстаграм @hillary_cosmetics).

Організаційний комітет Конкурсу:

Олег СИНЮК – проректор з наукової роботи Хмельницького національного університету, д.т.н., професор

Віталій КАРПЕНКО – декан факультету економіки і управління Хмельницького національного університету, к.е.н., доцент

Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА – завідувач кафедри маркетингу Хмельницького національного університету, к.е.н., доцент

Валентина ЛПТИНСЬКА – доцент кафедри маркетингу Хмельницького національного університету, к.е.н., доцент

1. Цілі та завдання Конкурсу:

1.1. Сприяння утвердженню принципів розробки реклами та етики рекламування у соціальній сфері міста.

1.2. Пошук та популяризація творчих досягнень студентської молоді у галузі реклами.

1.3. Підвищення рівня підготовки спеціалістів у сфері маркетингу.

1.4. Відбір кращих робіт та їхнє розміщення на інформаційних носіях міста.

2. Участь у Конкурсі:

2.1. Учасником Конкурсу може бути будь-яка особа, що є студентом або учнем навчального закладу усіх форм власності.

2.2. Участь у Конкурсі є для учасників безкоштовною.

2.3. Для участі у Конкурсі необхідно обов'язково заповнити типову реєстраційну форму заявки: (<https://forms.gle/qaiLDMESFH9oAxmL9>).

Роботи без реєстраційної форми до участі у Конкурсі не допускаються. Кожен учасник може подати до трьох робіт. На кожен роботу заповнюється окрема заявка.

2.5. До участі у Конкурсі допускаються роботи, виконані групою осіб (кількість осіб у групі має складати не більше трьох).

2.6. Термін подання робіт – до 25 листопада 2024 р. Після вказаного терміну роботи до участі у Конкурсі не допускаються.

2.7. Усі роботи, що надійшли до Оргкомітету Конкурсу, не рецензуються та учасникові не повертаються.

2.8. Учасник гарантує власне авторство та дотримання авторських прав на рекламні твори, що надіслані до Оргкомітету (музика, художні образи тощо).

3. Номінації Конкурсу:

3.1. У межах Конкурсу проводяться творчі конкурси (номінації):

3.1.1. Патріотична та соціальна реклама (друкована, відео, аудіо).

3.1.2. Комерційна реклама (друкована, відео, аудіо).

3.1.3. Формування особистого бренду «У бізнесу завжди є обличчя і це мій особистий бренд» (1.здійснити SWOT аналіз своєї особистості; 2. заповнити наступні складові, що вважаються ідентифікаційними рисами особистого бренду: самоідентифікація, експертність, цінності, цілі, оригінальність, легенда; 3. зробити відеопрезентацію особистого бренду – до 30 с.). Детальна інструкція щодо виконання завдання 3.1.3. в пункті 4.4. Положення.

Номінація генерального спонсора:

3.1.4. Створити креативний банер/відео/анімацію у форматах 1:1 (публікація інстаграм/фейсбук) та 9:16 (історія інст/фб) на такий набір: шампунь, кондиціонер, сироватка проти випадіння волосся.

4. Технічні вимоги до участі у Конкурсі:

4.1. Роботи на конкурс у вигляді друкованої реклами представляються виключно у електронному вигляді у форматах .TIFF, .jpeg, .psd шляхом *прикріплення файлу до реєстраційної форми* або надсилання на електронну адресу marketyng@khmnu.edu.ua. Можна також самостійно принести готові роботи, записані на електронних носіях, на кафедру маркетингу за адресою: Україна, 29016, Хмельницька обл., м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11, к. 517.

4.2. Роботи на конкурс у вигляді відео чи аудіо реклами приймаються виключно у цифровому форматі шляхом *прикріплення файлу до реєстраційної форми* або надсилання на електронну адресу marketyng@khmnu.edu.ua. Відеоролик має тривати не більше 2-х хвилин (120 секунд). Відео роботи повинні читатись стандартними програмами операційної системи Windows (Windows Media Player). Також можна самостійно принести готові роботи, записані на електронних носіях, на кафедру маркетингу.

4.3. Технічні вимоги до участі у **номінації генерального спонсора:**

Вибір Акції для Банера

Оберіть одну з двох запропонованих акцій для розміщення на банері:

– Знижка 50% на продукцію.

– Сироватка в подарунок при покупці шампуню + кондиціонера.

Дозволено зазначати переваги продуктів, рекомендації щодо послідовності їх використання, додаткові описи тощо. Цю інформацію можна знайти в картці товару на сайті.

Формат Креативу

Допускається графічний банер, відео, анімований банер чи інший формат за вашим вибором. Ви можете використовувати матеріали з офіційних сторінок компанії «HILLARY» в Інстаграмі, на сайті та на YouTube (<https://hillary.ua/>).

Творчий Підхід

Креатив повинен максимально залучати аудиторію та демонструвати ваш підхід до використання наданих матеріалів.

Необхідно визначити ключові тригери для стимулювання покупців. Ці тригери можуть включати зображення, текстові елементи, які сприятимуть викликанню емоційної відповіді у глядачів і спонукатимуть їх до покупки.

Пояснювальна Записка до Креативу

До роботи додайте коротку записку з описом вибраних тригерів, зображень і формату креативу.

Поясніть, чому саме ці елементи були обрані і як, на вашу думку, вони сприятимуть залученню потенційних покупців та спонукатимуть їх до покупки товару.

Критерії Оцінювання

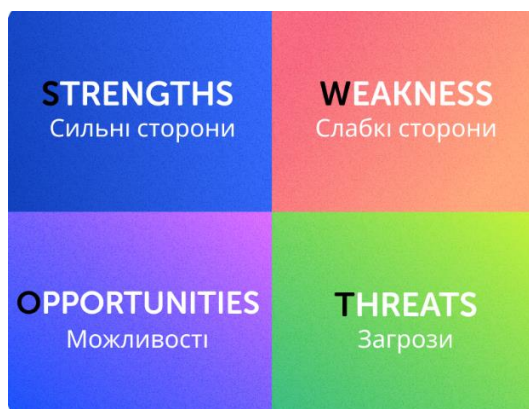
Залучення до акції: Наскільки креатив успішно привертає увагу до запропонованої акції.

Стимулювання продажів: Наскільки чітко креатив спонукає до покупки, враховуючи описані тригери.

Естетичність та відповідність стилю бренду: Наскільки робота відповідає стилю компанії «HILLARY» та акцентує на її перевагах.

4.4. Вимоги до участі в номінації **Формування особистого бренду – «У бізнесу завжди є обличчя і це мій особистий бренд».**

Завдання №1. Особистий бренд починається з якісної та ефективної оцінки своїх сильних та слабких сторін, пропоную вам почати цей аналіз з себе та провести SWOT аналіз своєї особистості. Сформуйте табличку за наступним алгоритмом, та у кожній із колонок опишіть тези, які відповідатимуть запиту:



Матриця SWOT містить:

- **S (strengths) — сильні сторони.** Характеристики бізнесу, які вирізняють його на фоні конкурентів. **Якщо це про особистість:** Сильні риси характеру та вміння, які вирізняють вас серед інших та допоможуть у розвитку майбутньої справи.
- **W (weaknesses) — слабкі сторони.** Ознаки, які роблять компанію вразливою на ринку. **Якщо це про особистість:** Слабкі місця та у чому не вистачає знань чи навиків для подальшого успіху.
- **O (opportunities) — можливості.** Їх компанія може використовувати для розвитку свого бізнесу. **Якщо це про особистість:** наприклад знайомства, ідеї, проекти, які можуть слугувати стартовими можливостями для власного розвитку.
- **T (threats) — загрози.** Вони можуть завдати компанії збитків. **Якщо це про особистість:** що завадить вашій кар'єрі, або справі, якою ви хочете займатися.

Виконуючи SWOT аналіз рекомендується обрати ту справу, якою б хотіли займатися у майбутньому, якщо ви ще не визначились змодельуйте у своїй голові один із варіантів, при якому ви власник бізнесу, або фахівець у компанії. Наприклад: маркетолог, PR-менеджер, власник діджитал агентства, або ж власник будь-якої власної крафтої справи. Можливо ви дуже любите шоколад і мрієте про відкриття невеликої власної студії для виготовлення крафтового шоколаду. Пофантазуйте з приводу свого майбутнього, адже маркетинг - це не лише цифри, це ще і креатив.

Завдання №2. У першому завданні ми з вами визначились чим ви будете займатись, у чому ваші сильні сторони, ви вже особистий бренд, тепер давайте сформуємо його в очах ваших майбутніх клієнтів. Заповніть наступні складові, що вважаються ідентифікаційними рисами особистого бренду:

- **Самоідентифікація.** (Хто ви як людина, особистість, фахівець? Як ви себе позиціонуєте, якими бажаннями і переконаннями керуєтесь?).
- **Експертність.** В чому ви майстерні? В чому ваша суперсила? В якій області ви дійсно

розбираєтесь.

- **Цінності.** Це про вашу філософію, погляди, орієнтири, не тільки в бізнесі, але й у сім'ї, родині, стосунках.
- **Цілі.** Більше орієнтовані на соціум, а не на вас особисто. Не про те, який будинок на березі океану ви б хотіли мати, а про те як би ви щось змінили для своєї аудиторії.
- **Оригінальність.** В чому ви унікальні, чим відрізняєтесь від колег. Який унікальний товар, продукт, або послугу ви можете запропонувати своїй аудиторії.
- **Легенда.** Опишіть свою історію. Що привело вас у ту сферу, якою ви зараз займаєтесь? Розкажіть свою історію від першого лица, так як би ви давали інтерв'ю про себе після отримання важливої для вас премії.

Завдання №3: зробити відеопрезентацію особистого бренду – до 30 с.

В результаті виконання конкурсної роботи має бути два файли: 1 – текстовий документ, 2 – відео.

5. Визначення переможців Конкурсу:

Переможці Конкурсу визначаються оргкомітетом та представниками генерального спонсора шляхом таємного голосування.

Усі переможці у номінаціях 3.1.1-3.1.3 отримують цінні подарунки від бренду «HILLARY». Переможець у номінації 3.1.4 отримає у подарунок Комплекс «Perfect 9» бренду «HILLARY».

Контакти організаційного комітету конкурсу:

e-mail: marketyng@khmnu.edu.ua

+38(096) 9867493 Літинська Валентина Анатоліївна

Комплекс «Perfect 9» бренду «HILLARY»



<https://hillary.ua/ekspertni-kompleksi-dlya-oblichchya/nabir-dlya-kompleksnogo-doglyadu-za-normalnou-ta-kombinovanou-shkirou-hillary-perfect-9/>