

응모 개요

| 응모 자격 |

접수 마감일 2020년 5월 28일 기준, 국내외 2년제 이상 대학(원) 또는 이에 준하는 전일제 교육기관에 재학 또는 휴학 중인 학생. 군 복무자, 졸업 유예자 지원 가능

| 주요 일정 |

출품작 접수: 2020년 5월 21일(목) 10:00 ~ 5월 28일(목) 17:00

*5월 21일(목) 홈페이지 내, 별도로 [응모 접수] 창이 오픈 됩니다.

**온라인으로만 출품할 수 있습니다.

파이널리스트 발표: 7월 초

수상작 발표: 7월 말

시상식: 8월 초

| 응모 부문 |

부문	부문 내용	제출물
영상 광고	TV 및 극장, 바이럴 영상 광고를 위한 스토리보드 혹은 영상 제작물	스토리보드 JPG 또는 영상파일 MP4
인쇄 광고	신문, 잡지, 포스터 등 모든 인쇄 매체를 활용한 광고	인쇄 광고물 JPG 또는 프레젠테이션 보드 JPG
옥외 광고	빌보드, 래핑, 스크린도어, 거리 조형물 등 모든 옥외 환경을 활용한 광고. 단, 영상/인쇄 광고의 단순 게재 형태는 제외	프레젠테이션 보드 JPG
온라인 광고	웹과 모바일을 비롯한 모든 온라인 채널을 활용한 광고	프레젠테이션 보드 JPG
광고 기획서	광고 커뮤니케이션을 위한 전략 기획	광고 기획서 PDF, 최대 30 매 이내
이노베이션	기존 광고 매체 외에 새로운 기술, 방법, 또는 사물을 통한 광고 또는 솔루션	프레젠테이션 보드 JPG

| 제출물 규격 |

스토리보드: 10~15컷 편당 1개 파일. JPG, RGB, 가로 2000pixels, 최대 10MB

영상: 최대 2분 이내의 영상. MP4/H.264, 1280x720pixels, 최대 50MB

프레젠테이션 보드: 광고 내용 요약해 구성. JPG, RGB, 최대 3000x2000 pixels/10MB

인쇄 광고물: JPG, RGB, 최대 3000x2000pixels, 최대 10MB

광고 기획서: 광고 기획 내용을 30매 이내의 PDF로 작성. 최대 30MB

| 시상 |

부문	시상수	시상 내역	비고
대상	1	상패, 상금 500 만 원	
금상	5	상패, 상금 각 150 만 원	
은상	10	상패, 상금 각 100 만 원	
동상	15	상패	
희망브리지상	1	상패, 상금 100만 원	해당 과제 응모자 중 선정
올해의 동아리상	1	상패	수상 점수 1위 동아리 선정

★ 수상자 특전 ★

전형 우대: 대상/금상 수상자는 제일기획 신입공채 및 인턴 선발 시 직무적합성평가, 직무적성검사 전형 우대

티웨이항공을 과제로 한 수상작 중 1개 작품을 선정, 팀원 모두에게 해외 항공권 제공

*티웨이항공 대만, 베트남 노선 중 택 1

★ 올해의 동아리상 ★

수상 개수에 따라 등위별 점수를 합산해 최고점을 획득한 동아리에게 수여

*등위별 점수: 대상 10 점, 금상 7 점, 은상 5 점, 동상 3 점

상패 및 수상 동아리만을 위한 특강과 뒷풀이 제공

| 참여 인원 및 출품 수 |

- › 개인 또는 팀(4명까지)으로 참여할 수 있습니다.
- › 팀으로 응모하는 경우, 온라인 출품자 1명이 팀원 성명을 모두 기재하며, 제출 후에는 팀원을 교체할 수 없습니다.
- › 개인이 각기 다른 팀에 소속되어 출품할 수 있으며, 과제, 부문 등에 관계 없이 여러 작품을 제출할 수도 있습니다.

| 접수 방법 |

- › 접수 기간 내에 별도의 출품 페이지 창을 통해 온라인으로 출품합니다.
*출품 페이지는 출품 기간인, 5월 21일(목) 오전 10시부터 5월 28일(목) 오후 5시까지만 오픈, 그 외 기간에는 출품 불가
**별도의 출력물 제출 또는 프레젠테이션 심사 없음
- › 마감 일정에 임박하면 접속 부하로 시스템에 장애가 생길 수 있으니, 여유 있게 미리 출품하시기 바랍니다.
- › 시리즈인 경우, 같은 접수 번호 창에서 '시리즈'를 선택하여 해당 시리즈에 속하는 파일들을 모두 업로드합니다.
- › 출품을 모두 마치면, '완료' 버튼을 눌러, 접수 완료 메시지를 확인하시기 바랍니다.
- › 출품 증빙이 필요한 경우 '접수 확인' 메뉴에서 '응모 접수증'을 출력해 활용할 수 있습니다.

| 심사 진행 |

- › 심사는 1차·2차 예심과 본심의 3단계로 진행됩니다.
- › 예심은 제일기획 실무자급의 1차 심사와 팀장급의 2차 심사로 구성되며, 본심은 광고 학계 및 제일기획 임원급으로 구성된 심사위원단이 심사합니다.
*심사위원단은 2020년 6월 초 확정
- › 예심을 통과한 파이널리스트는 일정에 맞추어 사이트에 공지하며, 파이널리스트 공고 기간 동안 표절 또는 유사 광고 제보를 받아 심사위원단의 심의를 거친 후 본심 심사를 진행합니다.
- › 표절 또는 유사 광고 작품으로 판명될 경우 심사에서 제외됨은 물론, 수상작 발표 이후라 하더라도, 수상을 취소할 수 있습니다.
- › 본심인 최종심사를 통해 최종 수상자를 확정하고 사이트에 공지하며 수상 팀에게는 개별 통보합니다.
- › 응모작이 심사 기준에 부합하지 않을 경우에는 수상작을 선정하지 않을 수 있습니다.

| 문의 |

- › ideafestival@cheil.com

부문별 응모 방법

| 영상 광고 |

참여자정보 입력

비밀 번호 설정

작품 파일 업로드

출품 완료

- ▶ TV, YouTube 등 **영상매체**에 집행할 수 있는 영상광고를 제작하되, **스토리보드** 혹은 **영상**, 두 가지 중 한 가지를 선택합니다.
- ▶ 스토리보드 _ 스토리보드 양식을 다운 받아 제작 후 업로드합니다.
JPG, RGB, 가로 2000pixels, 최대 10MB
- ▶ 영상 _ 자유롭게 촬영 및 편집하여 영상파일을 업로드합니다.
MP4/H.264, 1280x720pixels, 최대 50MB
- ▶ 시리즈인 경우, '시리즈' 버튼을 클릭하여, 하나의 출품 번호에 모두 제출합니다.
- ▶ 타인에게 저작권이 있는 제작물을 활용할 수 없습니다.
- ▶ 접수 후에는 '접수 확인증' 을 출력할 수 있습니다.
공모전 종료 후에는 참가 증빙 자료를 제공하지 않으니, 미리 출력해 두시기 바랍니다.

제출 예

구분	제출 방법	제출 예
스토리보드	스토리보드 양식 다운로드 후 제작 후 업로드	스토리보드 양식 다운로드 후 제작 후 업로드
영상	자유롭게 촬영 및 편집하여 영상파일을 업로드	자유롭게 촬영 및 편집하여 영상파일을 업로드

| 인쇄 광고 |

참여자 정보 입력

비밀 번호 설정

작품 파일 업로드

출품 완료

- 신문, 잡지, 포스터 등 **인쇄매체**에 게재할 수 있는 **인쇄광고물**을 제작하여 업로드합니다.

JPG, RGB, 최대 3000x2000pixels, 최대 10MB

- 인쇄 광고의 활용 방법이나 재질 등에 대한 **설명이 필요한 경우 프레젠테이션 보드**로 제작하여 업로드합니다.

JPG, RGB, 최대 3000x2000pixels, 최대 10MB

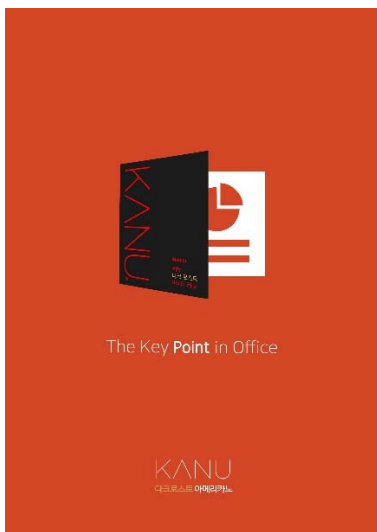
- 시리즈인 경우, '시리즈' 버튼을 클릭하여, 하나의 출품 번호에 모두 제출합니다.

- 타인에게 저작권이 있는 제작물을 활용할 수 없습니다.

- 접수 후에는 '접수 확인증' 을 출력할 수 있습니다.

공모전 종료 후에는 참가 증빙 자료를 제공하지 않으니, 미리 출력해 두시기 바랍니다.

제출 예



*인쇄 광고의 활용 방법이나 재질 등에 대한 설명이 필요한 경우

| 옥외 광고 |

참여자 정보 입력

비밀 번호 설정

작품 파일 업로드

출품 완료

- > 핵심 아이디어가 잘 드러나도록 **옥외매체에 적용된 광고 및 작품 설명(제목-배경-목표-아이디어)**을 자유롭게 구성, **프레젠테이션 보드**를 제작해 업로드합니다.
 JPG, RGB, 최대 3000x2000pixels, 최대 10MB
- > 시리즈인 경우, '시리즈' 버튼을 클릭하여, 하나의 출품 번호에 모두 제출합니다.
- > 타인에게 저작권이 있는 제작물을 활용할 수 없습니다.
- > 접수 후에는 '접수 확인증' 을 출력할 수 있습니다.
 공모전 종료 후에는 참가 증빙 자료를 제공하지 않으니, 미리 출력해 두시기 바랍니다.

제출 예





희망브리지

IDEA

가운 비상구가 가지는 탈출에 대한 의미를 세련된 시각으로 바라 보았다. 미세먼지가 만연한 시기에 사람들은 미세먼지로부터 탈출구를 찾고자 한다. 하지만, 미세먼지 마스크, 공기청정기 등의 수많은 일시적인 방편들 뿐 미세먼지로부터 벗어나기 위한 근본적인 해결책이 아니다. 미세먼지로부터 탈출할 수 있는 진정한 탈출구는 대중교통 이용이라는 점을 전달하고자 하였다. 비상구 위치에 비상구를 모티브로한 '미세먼지 비상구'를 설치하여, 영구성에 필수적 상징하는 순간 보이는 순간이 곧 미세먼지의 탈출구라는 점을 보여주었다.

NIGHT



비상구 특성상 야간에도 효과적으로 노출

| 온라인 광고 |

참여자 정보 입력

비밀 번호 설정

작품 파일 업로드

출품 완료

- ▶ 핵심 아이디어가 잘 드러나도록 **온라인매체에 적용된 광고 및 작품 설명(제목-배경-목표-아이디어)**을 자유롭게 구성, **프레젠테이션 보드**를 제작해 업로드합니다.
JPG, RGB, 최대 3000x2000pixels, 최대 10MB
- ▶ 시리즈인 경우, '시리즈' 버튼을 클릭하여, 하나의 출품 번호에 모두 제출합니다.
- ▶ 타인에게 저작권이 있는 제작물을 활용할 수 없습니다.
- ▶ 접수 후에는 '접수 확인증' 을 출력할 수 있습니다.
공모전 종료 후에는 참가 증빙 자료를 제공하지 않으니, 미리 출력해 두시기 바랍니다.

제출 예


컬리한 그녀의 Kurlytalk 메모장바구니

IDEA

3049 여성이 가장 많이 이용하는 SNS서비스 중 하나인 '카카오톡'을 이용하여 자연스럽게 매일 컬리하고자 하는 습관을 만들고자 했습니다. 또한, 주부들이 장 보기 전 구매 목록을 작성하는 것에서 아이디어를 착안했습니다.

카카오톡 플러스친구, '마켓컬리'를 친구 추가하여 컬리목록의 대화창을 정보기 전 구매 목록 메모장으로 사용할 수 있습니다. 대화창에 구매 목록을 적으면 구매 목록 속 제품들은 마켓컬리 모바일 앱 장바구니에 집니다. 컬리번호로 본인 장바구니를 상세 확인하면 바로 마켓컬리 모바일 앱으로 이동되어 편리한 구매가 가능하도록 합니다.

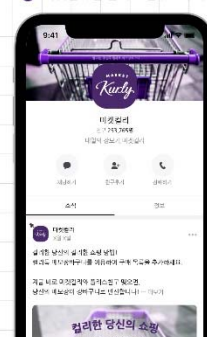
2 컬리목록 메모장바구니로 활용



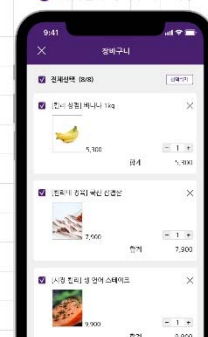
EFFECT

컬리번호를 카카오톡 플러스 친구를 이용하여 마켓컬리의 모바일 앱과도 또한 쉽게 놀일 수 있을 것이라 기대됩니다. 컬리목록을 통해 메모한 나의 구매 목록이 장바구니에 보이는 편리함을 제공하여 쉽게 모바일로 장보는(=컬리하는) 습관을 형성할 수 있을 것입니다.

1 '마켓컬리'를 플러스 친구로 추가



3 '마켓컬리' 장바구니로 이동



| 광고 기획서 |

참여자 정보 입력

비밀 번호 설정

작품 파일 업로드

출품 완료

- ▶ **광고기획서를 최대 30 매로 작성해 업로드합니다.**
PDF, 최대 30MB
- ▶ 표지에는 **광고주, 제품명, 기획서 제목**만 기재합니다. 표지 및 내용 중에 제출자의 학교, 학과, 성명 등 인적사항이 드러나면 심사에서 제외될 수 있습니다.
- ▶ 파일 내에 영상을 삽입하지 않습니다.
- ▶ 타인에게 저작권이 있는 저작물을 활용할 수 없습니다.
- ▶ 인터뷰의 코멘트를 인용할 경우 당사자의 허락을 반드시 받아야 합니다.
- ▶ 접수 후에는 '접수 확인증' 을 출력할 수 있습니다.
공모전 종료 후에는 참가 증빙 자료를 제공하지 않으니, 미리 출력해 두시기 바랍니다.

제출 예



| 이노베이션 |

참여자 정보 입력

비밀 번호 설정

작품 파일 업로드

출품 완료

› 기존 광고 매체 외에 새로운 기술, 방법, 또는 사물을 통한 광고 또는 솔루션아이디어가 잘 드러나도록 작품 설명(제목-배경-목표-아이디어)을 자유롭게 구성, 프레젠테이션 보드를 제작해 업로드합니다.

JPG, RGB, 최대 3000x2000pixels, 최대 10MB

› 타인에게 저작권이 있는 제작물을 활용할 수 없습니다.

› 접수 후에는 '접수 확인증' 을 출력할 수 있습니다.

공모전 종료 후에는 참가 증빙 자료를 제공하지 않으니, 미리 출력해 두시기 바랍니다.

제출 예

