

## **Регламент Олимпиады по маркетингу Института экономики и управления КемГУ**

### **1. Порядок проведения**

**1.1.** Олимпиада состоит из 2-х независимых туров, проводимых последовательно. Победители и призеры 1-го тура определяются в личном зачете, победители и призеры 2-го тура – в командном зачете.

#### **1.2. Первый тур Олимпиады. Тестирование.**

Первый тур Олимпиады проходит в виде тестирования. Тест оценивает теоретическую подготовку участников Олимпиады по вопросам маркетинга. Тест включает 25 вопросов закрытого типа, каждый вопрос подразумевает только один правильный ответ и 5 открытых практических вопросов (визуальные вопросы). Тестовое задание может включать в себя вопрос на знание маркетинговых определений, показателей, классических моделей, методов исследования, анализа и стратегического планирования, инструментов маркетинга-микс. Задание может быть представлено в виде теоретического или кейсового вопроса, логической или расчетной задачи.

Работа участников над тестами проводится аудиторно, в течение 2 академических часов. По окончании работы тесты сдаются координатору олимпиады и передаются в жюри.

Тест состоит из 30 вопросов, стоимость каждого вопроса 1 балл. Таким образом, максимальная сумма баллов, которую может набрать участник за выполнение теста, 30 баллов.

Во время тестирования участникам запрещается общаться и обмениваться любыми материалами и предметами, списывать самим и позволять списывать у себя, вставлять без разрешения организаторов, иметь на рабочем месте средства связи, электронно-вычислительную технику, фото, аудио и видеоаппаратуру, справочные материалы, письменные заметки и иные средства хранения и передачи информации.

#### **1.3. Второй тур Олимпиады.**

Второй тур Олимпиады проходит в виде выполнения группового творческого задания, которое представляет собой подготовку маркетингового проекта по конкретной бизнес-ситуации, предоставленной одной из ведущих компаний региона.

Выполнение задания предусматривает несколько этапов:

1. Формирование команды
2. Ознакомление с заданием, которое будет презентовано представителем компании не менее чем за 7 дней до начала 2 тура
3. Подготовка маркетинговых проектов
4. Презентация проектов.

Формирование команд производится с помощью жеребьевки после получения задания. Подготовка проектов командами происходит внеаудиторно.

Отчетность команд, необходимая для формирования оценок участников, включает в себя устную презентацию, подкрепленную интерактивными и мультимедийными средствами.

Оценка участников Олимпиады во 2 туре складывается из оценки работы команды. Для оценивания игровой деятельности жюри использует формализованный протокол.

В качестве зрителей с правом голосования в игре также участвуют присутствующие студенты. Приз зрительских симпатий вручается лучшему игроку. Зрители присутствуют на презентации команд и голосуют карточками за понравившихся им участников (1 зритель = 1 голос).

Игровая деятельность команд оценивается по 4 параметрам, по каждому из которых максимально можно набрать 10 баллов, итого, оценка команды может составлять до 40 баллов.

## **2. Регистрация на Олимпиаду.**

Регистрация участников проводится дистанционно в сети «Интернет» на странице Олимпиады на корпоративном сайте (портале) КемГУ.

## **3. Порядок оценивания результатов.**

Работы 1-го тура проверяются в день проведения тестирования; результаты оглашаются в день завершения Олимпиады. Проверка производится членами жюри. Итоги 2-го тура подводятся и оглашаются жюри в день проведения тура.

## **4. Порядок определения победителей и призеров**

Победители и призеры каждого этапа определяются членами жюри отдельно по каждому туру. Решение оформляется протоколом. Список победителей и призеров оглашается на закрытии Олимпиады и размещается на странице Олимпиады на корпоративном сайте (портале) КемГУ.