**ПОЛОЖЕНИЕ**

**о Форуме для старшеклассников «Маркетинг-NEXT»,**

**проводимом в рамках III Могилевского фестиваля науки**

**1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Организаторами Форума для старшеклассников «Маркетинг-NEXT» (далее – Форум) является государственное учреждение высшего профессионального образования «Белорусско-Российский университет» (далее – Белорусско-Российский университет), кафедра «Маркетинг и менеджмент» Белорусско-Российского университета.

Информационную поддержку Форума осуществляет официальный сайт Белорусско-Российского университета ([**bru.by**](http://bru.by)**)**, а также сообщество «Кафедра маркетинга и менеджмента БРУ» ВКонтакте (**vk.com/kmm\_bru**)**.**

**2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КОНКУРСА**

Форум проводится с целью развития учебно-исследовательской деятельности учащихся и популяризации экономического образования и маркетинга среди старшеклассников.

**Задачи Форума:**

* выявить способных и одаренных учащихся;
* способствовать повышению мотивации учащихся к познавательной деятельности;
* содействовать развитию творческих и исследовательских способностей учащихся;
* стимулировать формирование творческих связей юных исследователей с преподавателями университета;
* способствовать привлечению творческих педагогов и научных работников к работе с талантливой молодёжью;
* содействовать профессиональной ориентации учащихся.

**3. УЧАСТНИКИ ФОРУМА**

В Форуме принимают участие старшеклассники общеобразовательных школ, гимназий и лицеев; студенты специальности «Маркетинг» и преподаватели кафедры «Маркетинг и менеджмент» Белорусско-Российского университета; руководители и ведущие специалисты предприятий − выпускники специальности «Маркетинг».

Участие в Форуме является бесплатным.

Проезд и проживание иногородних участников организаторами не оплачивается.

**4. МЕРОПРИЯТИЯ ФОРУМА**

В рамках Форума проводятся следующие мероприятия:

1. творческий конкурс «КЛАССный БРЕНД для Беларуси»;
2. доска вопросов и ответов «МАРКЕТИНГ – ЭТО...»;
3. круглый стол «МАРКЕТИНГ – РЕАЛЬНЫЙ ПУТЬ К УСПЕХУ!»;
4. командная игра-викторина «БРЕНДОМАНИЯ».

**5. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ТВОРЧЕСКОГО КОНКУРСА «КЛАССНЫЙ БРЕНД ДЛЯ БЕЛАРУСИ»**

Творческий конкурс «КЛАССный БРЕНД для Беларуси» (далее – конкурс) – это конкурс проектов молодежных брендов, разработанных для продукции отечественного производства с целью повышения имиджа белорусских производителей и товаров как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

В конкурсе принимают участие команды старшеклассников общеобразовательных школ, гимназий и лицеев, а также команды студентов.

Состав команды – 2 человека. У команд учащихся может быть руководитель из числа школьных педагогов.

Конкурс проводится в два тура:

1. отборочный (заочный);
2. финальный (очный).

Организаторы Форума формируют жюри конкурса из числа профессорско-преподавательского состава Белорусско-Российского университета и представителей отечественных предприятий. Жюри рассматривает заявки участников конкурса, проводит экспертизу и оценку проектов, определяет победителей и призеров.

**1 тур** – заочная экспертиза проектов.

Участники конкурса **до 17 января 2017 года** высылают описание проекта на электронный адрес **kmm@bru.by** или личным сообщением в сообщество «Кафедра маркетинга и менеджмента БРУ» ВКонтакте (**vk.com/kmm\_bru**). В теме письма (первой строке сообщения ВКонтакте) необходимо указать название конкурса «Классный бренд для Беларуси».

Описание проекта должно содержать следующие пункты:

1. Титульный лист (название конкурса, категория товара, для которой разрабатывается бренд, сведения об авторах: ФИО, класс/группа, учебное заведение; сведения о руководителе команды (при его наличии): ФИО, должность, учебное заведение) – образец представлен в *Приложении 1.* Титульный лист выполняет функцию заявки на участие в конкурсе.
2. Категория товара, для которого будет разрабатываться бренд (например, обувь, мороженое, джинсы и т. п. на выбор участников).
3. Краткий обзор 3 ведущих отечественных и/или зарубежных брендов, присутствующих на рынке Республики Беларусь (наименование, логотип, слоган, история создания, основные достижения) – до 3-х страниц.
4. Собственное название нового бренда.
5. Легенда нового бренда (интересный рассказ о том, как появилось такое название) – до 1-й страницы.
6. Целевая аудитория нового бренда (для кого разрабатывается бренд).
7. Логотип нового бренда и если требуется макет упаковки товара.
8. Рекламный слоган (девиз) нового бренда.
9. Возможные рекламные мероприятия по продвижению нового бренда (перечень и краткое описание) – до 2-х страниц.
10. Примерный текст рекламного объявления или описание сюжета рекламного ролика для нового бренда – до 1-й страницы.

Описание проекта выполняется в MS Word, формат страницы А4, поля: левое – 3 см, правое – 1 см, верхнее и нижнее – по 2 см, шрифт Times New Roman 14 пт, интервал одинарный, абзацный отступ – 1,25 см. Рисунки нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах всей работы и подписываются снизу по центру страницы по следующему образцу: *Рисунок 1. Логотип фирмы А*.

Общий объем описания проекта – не более 10 страниц.

Все поступившие в установленный срок проекты, оформленные в соответствии с требованиями, проходят экспертизу и оцениваются жюри конкурса в срок **до 25 января 2017 года.**

К участию в конкурсе не принимаются проекты, нарушающие авторские права (предложенное название нового бренда, или логотип, или дизайн упаковки уже существуют на рынке, либо являются имитацией хорошо узнаваемого бренда).

Критерии оценки проектов в первом туре представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии оценки проектов в первом (заочном) туре

|  |  |
| --- | --- |
| Критерий | Максимальный балл |
| Оригинальность названия и рекламного слогана нового бренда, их соответствие целевой аудитории | 5 |
| Полнота описания ведущих брендов | 5 |
| Содержательность легенды и ее соответствие названию бренда | 5 |
| Продуманность рекламных мероприятий, их соответствие целевой аудитории | 5 |
| Проработанность и исполнение творческих элементов нового бренда (логотипа, упаковки) | 5 |
| Оригинальность идеи рекламного объявления или сюжета рекламного ролика | 5 |
| **Максимально возможная сумма баллов первого тура** | **30** |

12 лучших проектов (по набранной сумме баллов) отбираются для участия во втором туре. При равном количестве баллов проекты ранжируются в хронологическом порядке исходя из даты и времени их представления. При прочих равных условиях проекты команд учащихся имеют приоритет над проектами команд студентов.

Авторы лучших проектов не позднее 25 января 2017 года получают приглашения для участия в финальном туре по электронной почте либо посредством личного сообщения ВКонтакте. Свое участие в финале необходимо подтвердить **не позднее 8 февраля 2017 года** посредством ответа на полученное приглашение. В случае отсутствия подтверждения участник исключается из числа финалистов, его место занимает первый из участников, не прошедших в финальный этап.

**2 тур** – финал конкурса, публичная защита проектов, состоится **23 февраля 2017 года в 10:00** по адресу: ул. Ленинская, 89 а, БРУ, корпус № 4, ауд. 205. Для участия во втором туре команды готовят презентацию проекта в формате MS PowerPoint.

**Презентация должна включать следующие слайды:**

Слайд 1 (титульный) – (название конкурса, категория товара, для которой разрабатывается бренд, сведения об авторах: ФИО, класс/группа, учебное заведение; сведения о руководителе команды (при его наличии): ФИО, должность, учебное заведение).

Слайд 2 – категория товара.

Слайд 3 – наименование, логотип и слоган первого ведущего бренда, присутствующего на рынке Республики Беларусь.

Слайд 4 – наименование, логотип и слоган второго ведущего бренда.

Слайд 5 – наименование, логотип и слоган третьего ведущего бренда.

Слайд 6 – собственное название для нового бренда, легенда бренда.

Слайд 7 – целевая аудитория, логотип, упаковка, рекламный слоган для нового бренда.

Слайд 8 − возможные рекламные мероприятия по продвижению бренда (перечень).

Слайд 9 – рекламное объявление или рекламный ролик.

Слайд 10 – «Спасибо за внимание!»

Участникам финала необходимо иметь при себе распечатанный экземпляр проекта и презентацию в формате MS PowerPoint.

Оценивание защиты проектов проводится членами жюри по критериям, указанным в таблице 2.

Таблица 2 – Критерии оценки проектов во втором (очном) туре

|  |  |
| --- | --- |
| Критерий | Максимальный балл |
| **Сумма баллов, полученная в первом туре** | **30** |
| Качество выполнения презентации | 5 |
| Артистичность представления проекта | 5 |
| Ответы на вопросы | 5 |
| Внешний вид и общее впечатление от команды | 5 |
| **Максимально возможная сумма баллов второго тура** | **20** |
| **Максимально возможная сумма баллов за проект** | **50** |

Результаты конкурса оглашаются по итогам заседания жюри в день защиты проектов.

Все участники финала творческого конкурса награждаются сертификатами, руководители команд – благодарностями, победители (1, 2, 3 места) – дипломами и призами. Торжественная церемония награждения победителей и призеров состоится во время подведения итогов конкурсных мероприятий III Могилевского фестиваля науки 24 февраля 2017 года в актовом зале Белорусско-Российского университета.

**6. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ «ДОСКА ВОПРОСОВ И ОТВЕТОВ «МАРКЕТИНГ – ЭТО...»**

Доска вопросов и ответов «МАРКЕТИНГ – ЭТО...» представляет собой познавательное интерактивное взаимодействие школьников с преподавателями кафедры «Маркетинг и менеджмент» и студентами специальности «Маркетинг» Белорусско-Российского университета.

Мероприятие проводится во время перерыва (кофе-паузы) между творческим конкурсом и круглым столом.

Возле доски в аудитории находятся стикеры двух цветов: один цвет – для вопросов, второй – для ответов. Учащиеся пишут вопросы по теме форума на стикерах первого цвета и прикрепляют их к доске. Преподаватели и/или студенты пишут ответы на вопросы на стикерах другого цвета и прикрепляют их рядом с соответствующими вопросами. В ходе мероприятия осуществляется свободное перемещение участников по аудитории и общение с преподавателями, студентами, представителями предприятий.

**7. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КРУГЛОГО СТОЛА «МАРКЕТИНГ – РЕАЛЬНЫЙ ПУТЬ К УСПЕХУ!»**

К участию в круглом столе привлекаются руководители и ведущие специалисты в области маркетинга − выпускники специальности «Маркетинг», каждый из которых расскажет о своем профессиональном пути, ответит на интересующие вопросы.

**8. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КОМАНДНОЙ ИГРЫ-ВИКТОРИНЫ «БРЕНДОМАНИЯ»**

Игра-викторина «БРЕНДОМАНИЯ» заключается в ответах на вопросы об интересных фактах, касающихся отечественных и мировых брендов.

Все участники финала творческого конкурса разбиваются случайным образом (с помощью жеребьевки) на 6 команд.

Игра проходит в форме «Брейн-ринга» (команда, первой правильно ответившая на заданный вопрос, получает балл; команда-победитель определяется по максимальному количеству набранных баллов).

Все участники команды-победителя награждаются дипломами и призами во время подведения итогов конкурсных мероприятий III Могилевского фестиваля науки 24 февраля 2017 года в актовом зале Белорусско-Российского университета.

**Приложение 1**

**Образец титульного листа описания проекта**

III Могилевский фестиваль науки

Творческий конкурс

**«КЛАССный БРЕНД для Беларуси»**

**Детская обувь**

**Авторы:**

Колесникова Анна Петровна,

10 «Б» класс

Плотников Сергей Витальевич

10 «А» класс

УО «Средняя школа № 25 г. Могилева»

**Руководитель:**

Станкевич Мария Владимировна

Учитель обществоведения

УО «Средняя школа № 25 г. Могилева»

Могилев, 2017 г.