

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении кейс-чемпионата "СТМ: Создавай. Твори. Меняй"

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение определяет условия, порядок и цели проведения кейс-чемпионата "СТМ: Создавай. Твори. Меняй" (далее – Кейс-чемпионат) для студентов НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург.

1.2. Организаторами Кейс-чемпионата являются НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург и ООО «Дрогери ритейл», которые формируют организационный комитет (далее – Оргкомитет). Проведение Кейс-чемпионата от имени НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург обеспечивает Центр развития карьеры.

1.3. Предметом Кейс-чемпионата является разработка концепции вывода на рынок новой косметической продукции ООО «Дрогери ритейл».

1.4. Кейс-чемпионат является закрытым и проводится среди студентов НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург (далее - Участники).

1.5. Срок проведения Кейс-чемпионата с 12.04.2024 по 16.04.2024.

1.6. Кейс-чемпионат проводится в целях содействия развитию профессиональных компетенций Участников через разработку инновационных идей в бизнес-среде.

1.7. Задачи Кейс-чемпионата:

1.7.1. способствовать профессиональному и карьерному развитию Участников;

1.7.2. создать условия для формирования творческой активности Участников в рамках работы над кейсом;

1.7.3. отбор студентов для прохождения стажировки в ООО «Дрогери ритейл»;

1.7.4. формирование образа НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург как университета, открытого к сотрудничеству с компаниями;

1.8. Центр развития карьеры публикует информацию на корпоративном сайте (портале) НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург об открытии, процессе и результатах проведения Кейс-чемпионата (далее – Страница Кейс-чемпионата)

1.9. Организатор информирует о проводимом Кейс-чемпионате следующими способами: путем рассылки студентам образовательных программ НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург по электронной почте, размещения рекламно-информационных материалов о нем на информационных стендах, Странице Кейс-чемпионата и других информационных источниках НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург: группа HSE.SPВ.Career | Центр развития Карьеры ВШЭ СПб, группа Питерская Вышка | НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург в социальной сети ВКонтакте.

1.10. Положение и изменения к нему утверждаются приказом НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург.

2. Термины и определения

2.1. **Кейс (от англ. case)** – это специально подготовленный материал, строящийся на реальных фактах и отражающий конкретную проблемную бизнес-ситуацию, требующую управленческих решений.

2.2. **Решение кейса** – это вариант решения задачи, выбранный командой, как наиболее эффективный из всех возможных, на основании исследования предложенной ситуации (кейса) и анализа имеющейся и собранной недостающей информации.

2.3. **Кейс-чемпионат** – ограниченное во времени соревновательное мероприятие, в ходе которого Участники в составе команд решают бизнес-задачи (кейсы) из практики крупных компаний.

2.4. **Компания-партнер** – юридическое лицо, являющееся соорганизатором Кейс-чемпионата и предоставляющее кейс для Участников.

2.5. **Заявка** – информация, предоставляемая командой при заполнении и отправке электронной регистрационной формы на Странице Кейс-чемпионата.

3. Участники Кейс-чемпионата

3.1. К участию в Кейс-чемпионате допускаются студенты НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, обучающиеся на образовательных программах высшего образования - программ бакалавриата или образовательных программах высшего образования - программ магистратуры.

3.2. Формирование команд Участников:

3.2.1. команда формируется студентами самостоятельно при подаче заявки на участие на Странице Кейс-чемпионата;

3.2.2. Оргкомитет оставляет за собой право формирования команды в случае, если будут поданы одиночные заявки на участие в Конкурсе;

3.2.3. количество Участников одной команды от 3 до 6 человек;

3.2.4. количество Участников одной команды может быть сокращено. Команда обязана уведомить Оргкомитет об изменении в составе команды не позднее 09.04.2024, направив письмо на почту ekolmogorova@hse.ru.

3.3. Участие в Кейс-чемпионате является бесплатным.

3.4. Предельное количество команд Участников Кейс-чемпионата – 7 (семь). В случае если заявок на участие в Кейс-чемпионате будет более установленного количества, Оргкомитет произведет отбор Участников на основании мотивационного письма.

3.5. Заявка на участие в Кейс-чемпионате подается через интернет-регистрацию, ссылка на которую будет размещена на Странице Кейс-чемпионата <https://spb.hse.ru/careerday/apr2024/casefromr-ulybka24>.

3.6. Оповещение Участников про статус их заявки на участие в Кейс-чемпионате происходит через электронную почту, указанную в заявке на Странице Кейс-чемпионата.

3.7. Во время участия в Кейс-чемпионате команды не вправе прибегать к помощи лиц, не являющихся Участниками команды.

4. Условия Кейс-чемпионата

4.1. Оргкомитет является ответственным за подготовку и проведение Кейс-чемпионата.

4.2. Регистрация Участников осуществляется с 22.03.2024 по 09.04.2024 включительно.

4.3. Кейс-чемпионат проводится в очном формате и состоит из двух частей:

4.3.1. 12.04.2024 проводится знакомство команд Участников с компанией-партнером, презентация кейса и оглашение требований к решению кейса;

4.3.2. 16.04.2024 проводится презентация решений команд Участников и подведение итогов Кейс-чемпионата.

4.4. Оргкомитет обеспечивает:

4.4.1. подготовку необходимых материалов для проведения Кейс-чемпионата;

4.4.2. регистрацию Участников;

4.4.3. информирование Участников о ходе проведения Кейс-чемпионата;

4.4.4. информационное, методическое и организационно-техническое сопровождение Кейс-чемпионата;

4.4.5. формирование экспертного состава Кейс-чемпионата для оценивания решений кейса командами Участников.

5. Порядок проведения Кейс-чемпионата

5.1. Местом проведения Кейс-чемпионата является НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, адрес: 194100, г. Санкт-Петербург, ул. Кантемировская, д. 3, к. 1, литера А.

5.2. Этапы решения кейса:

5.2.1. первый этап состоит из знакомства Участников с компанией-партнером, описанием кейса и требованиями к его решению в очном формате;

5.2.2. второй этап проводится в заочном формате и включает работу над решением кейса командами Участников самостоятельно. Итогом второго этапа является составление презентации проекта в формате PDF. В презентации решения кейса должны быть отражено:

5.2.2.1. анализ брендов в разных ценовых сегментах антивозрастных кремов, лидеры рынка и их доля на рынке, тренды категории, изменение потребительского поведения к категории за последние 3 года. Описание целевой аудитории;

5.2.2.2. анализ разницы ингредиентов в разных ценовых сегментах антивозрастных кремов, а также уникальное торговое предложение в разных ценовых сегментах. Трендовые ингредиенты в России и за рубежом;

5.2.2.3. разработка методики потребительского тестирования при ограниченной выборке и разработка анкеты;

5.2.2.4. рекомендации по разработке и формированию ассортимента;

5.2.2.5. дополнительно – концепт бренда или дизайна антивозрастного крема.

5.3. При работе над решением Кейса Участники могут пользоваться открытыми источниками в сети Интернет, дополнительной литературой и другими методическими материалами.

5.4. При необходимости команды Участников могут воспользоваться возможностью онлайн-консультации с представителями компании-партнера и обсудить вопросы по кейсу. Продолжительность консультирования – 20 (двадцать) минут для каждой команды.

5.5. Порядок презентации решений кейса и оценки результатов команд Участников:

5.5.1. команда Участников выступает перед экспертной комиссией в течение 10 (десяти) минут. Презентовать решение кейса может как один, так и несколько человек от команды;

5.5.2. члены экспертной комиссии в течение 5 (пяти) минут после выступления команды задают уточняющие вопросы;

5.5.3. члены экспертной комиссии проводят анализ материалов, представленных командами, оценивают результаты работы согласно установленным критериям;

5.5.4. после презентации решений кейса всех команд Участников члены экспертной комиссии публично оглашают результаты Кейс-чемпионата. По итогам проводится награждение Участников и победителей.

6. Экспертная комиссия

6.1. Экспертная комиссия принимает решение по каждой команде Участников коллегиально путем присвоения баллов в соответствии с установленными критериями. По итогу оценки составляет рейтинговая таблица команд Участников.

6.2. Состав экспертной комиссии утверждается приказом НИУ ВШЭ и указан в приложении 3.

6.3. В состав экспертной комиссии могут входить представители Организаторов Конкурса.

6.4. Критерии оценивания представлены в таблице в приложении 1.

7. Порядок подведения итогов Кейс-чемпионата

7.1. Победителем Кейс-чемпионата является команда, получившая наибольшее количество баллов по сумме всех оценок членов экспертной комиссии. В случае набора равного числа баллов несколькими командами победитель определяется голосованием экспертной комиссии.

7.2. Участники команды, ставшей победителем, получают возможность прохождения практики в ООО «Дрогери Ритейл», а также каждый Участник команды получает набор сувенирной брендированной продукции и продукции собственной торговой марки ООО «Дрогери Ритейл».

7.3. Участники команд, занявших 2 и 3 место по сумме баллов всех оценок членов экспертной комиссии, получают набор продукции собственной торговой марки ООО «Дрогери Ритейл».

7.4. Все Участники получают сертификат, подтверждающий участие в Кейс-чемпионате.

7.5. Оргкомитет оставляет за собой право предоставить результаты командам Участников по запросу. Рейтинговая таблица команд Участников не публикуется в открытых источниках.

7.6. Решение экспертной комиссии не подлежит обжалованию.

Критерии оценки решения кейса

Критерий: Качество исследования брендов в разных ценовых сегментах антивозрастных кремов	
Количество баллов	Описание
0 баллов	Исследование не проведено.
1 балл	Исследование проведено, но есть недочеты.
2 балла	Исследование проведено корректно.
Критерий: Актуальность и полнота анализа лидеров рынка, их доли на рынке и целевая аудитория	
0 баллов	Анализ не проведен.
1 балл	Анализ проведен, но есть недочеты.
2 балла	Анализ выполнен корректно и в полном объеме.
Критерий: Выявление трендов категории.	
0 баллов	Выявление трендов не производилось.
1 балл	Выявлены некорректные тренды.
2 балла	Концепция преимущественно направлена на внедрение новых или значительно улучшенных практик и методов для деятельности организации. Состав мероприятий отличается оригинальностью.
Критерий: Выявление изменения в потребительском поведении за последние 3 года.	
0 баллов	Выявление изменений не производилось.
1 балл	Изменения выявлены, но некорректно.
2 балла	Изменения выявлены корректно.
Критерий: Объективность анализа различий в ингредиентах в разных ценовых сегментах.	

0 баллов	Анализ не произведен.
1 балл	Анализ произведен, но некорректно.
2 балла	Анализ произведен корректно.
Критерий: Идентификация уникальных торговых предложений (далее – УТП) в разных ценовых сегментах.	
0 баллов	УТП не выявлены, анализ не произведен.
1 балл	УТП выявлены, но некорректно.
2 балла	УТП корректно выявлены в разных ценовых сегментах.
Критерий: Обзор трендовых ингредиентов в России и за рубежом.	
0 баллов	Обзор не произведен.
1 балл	Обзор произведен некорректно.
2 балла	Обзор произведен корректно.
Критерий: Полнота и структурированность разработанной методики потребительского тестирования при ограниченной выборке.	
0 баллов	Методика не разработана.
1 балл	Методика разработана некорректно.
2 балла	Методика разработана корректно.
Критерий: Валидность разработанной анкеты для сбора данных.	
0 баллов	Анкета не разработана.
1 балл	Анкета разработана некорректно.
2 балла	Анкета разработана корректно.
Критерий: Основательность рекомендаций по разработке и формированию ассортимента на основе проведенного анализа.	

0 баллов	Рекомендации не разработаны.
1 балл	Рекомендации не обоснованы.
2 балла	Рекомендации обоснованы.
Критерий: Соответствие рекомендаций целям и потребностям компании.	
0 баллов	Рекомендации не разработаны.
1 балл	Рекомендации не соответствуют целям и потребностям компании.
2 балла	Рекомендации соответствуют целям и потребностям компании.
Критерий: Инновационность, уникальность концепции	
0 баллов	Концепция выхода на рынок, по сути, является продолжением уже осуществляемой (ранее осуществлявшейся) деятельности организации. Практики и методики, указанные в презентации, не рекомендуются к применению.
1 балл	В презентации упоминается использование новых методов и практик, вместе с тем состав мероприятий для осуществления концепции выхода на рынок не уникален. Имеются другие замечания экспертов (с комментарием).
2 балла	Концепция преимущественно направлена на внедрение новых или значительно улучшенных практик и методов для деятельности организации. Состав мероприятий отличается оригинальностью.
3 балла	Концепция не похожа на осуществляемые (ранее осуществлявшейся) деятельности организации. Презентация содержит оригинальные и инновационные практики, методика и состав мероприятий отличаются уникальностью. Практики и методики, указанные в презентации, рекомендуются к применению.
Критерий: Выступление команды	
0 баллов	Команда не презентовала проект и не справилась с ответами на вопросы.

1 балл	Команда презентовала проект, имеются незначительные недостатки в выступлении. Презентация требует большего профессионального подхода в подаче материала. Представитель команды ответил лишь на часть вопросов.
2 балла	Презентация убедительна, говорящие уверены в своих аргументах и подходе к теме. Представитель команды справился с ответами на все вопросы.
3 балла	Презентация крайне убедительна, профессиональна и демонстрирует высокий уровень подготовки говорящих. Представитель команды справился с ответами на все вопросы.
Критерий: Ясность и структура презентации	
0 баллов	Команда не подготовила презентацию для защиты.
1 балл	Презентация неразборчива, сложно понять структуру и последовательность презентуемых материалов.
2 балла	Презентация ясна и имеет логичную структуру, позволяющую легко следовать за изложенным материалом.
3 балла	Презентация четко структурирована, с понятным введением, развитием и заключением, обеспечивая легкость восприятия информации.
Дополнительный критерий: Разработка концепта или дизайна	
0 баллов	Концепт бренда или дизайна не соответствует требованиям рынка и целевой аудитории. Отсутствует новизна, оригинальность представленного концепта. Неудовлетворительное качество концепта.
1 балл	Концепт бренда или дизайна примитивен и не продуман полноценно. Присутствуют ошибки в оформлении.
2 балла	Концепт бренда или дизайна частично соответствует требованиям рынка и целевой аудитории. Присутствует новизна, оригинальность и уникальность предложенной идеи. Среднее качество концепта.
3 балла	Концепт бренда или дизайна полностью соответствует требованиям рынка и целевой аудитории, а также адекватен целям и потребностям компании. Присутствует новизна, оригинальность и уникальность предложенной идеи. Высокое качество заявленного концепта.