



Regulamin

II Edycji Konkursu „Strategie marketingowe” o Nagrodę Rektora Uczelni Techniczno-Handlowej im. Heleny Chodkowskiej

§1

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Konkurs „**Strategie marketingowe**” zwany w dalszej części regulaminu "Konkuresem", odbywa się w okresie od 1 marca do 31 marca 2024 r., w Uczelni Techniczno-Handlowej im. H. Chodkowskiej (zwanej dalej „Uczelnią”).
2. Organizatorem Konkursu jest Katedra Zarządzania Wydziału Zarządzania i Logistyki Uczelni Techniczno-Handlowej im. H. Chodkowskiej.
3. Celem realizacji II edycji konkursu jest zainteresowanie studentów wiedzą niezbędną do prowadzenia działalności w formie firmy rodzinnej (element praktyczny studiów).
4. Konkurs skierowany jest do studentów kierunków studiów realizowanych na Wydziale Zarządzania i Logistyki Uczelni (zwanych dalej „Uczestnikami Konkursu”).

§2

ZGŁOSZENIA DO KONKURSU

1. Skuteczne dokonanie zgłoszenia udziału w Konkursie wymaga wypełnienia formularza rejestracji oraz oświadczenia o wyrażeniu zgody na przetwarzanie danych osobowych w celach związanych z Konkursem, znajdujących się na stronie internetowej Uczelni (www.uth.edu.pl; zakładka "Konkurs Katedry Zarządzania") i przesłania go do 29 lutego 2024 r. na adres e-mail: konkurs.zarzadzanie@uth.edu.pl
2. Organizator Konkursu nie ponosi odpowiedzialności za szkody wynikające z wprowadzenia do formularza rejestracyjnego błędnych danych przez Uczestnika Konkursu. Organizator zobowiązuje się do utajnienia wszystkich informacji (danych) uzyskanych od Uczestnika Konkursu, za wyłączeniem danych przeznaczonych do wpisu w informacjach o Konkursie.



3. Po dokonaniu zgłoszenia na stronie internetowej, przesłany zostanie zwrotny mail potwierdzający przyjęcie zgłoszenia. W przypadku braku otrzymania takiego potwierdzenia w ciągu 5 dni, należy skontaktować się z organizatorem Konkursu konkurs.zarzadzanie@uth.edu.pl. Uczestnik Konkursu może zrezygnować z uczestnictwa w nim. Oświadczenie o rezygnacji z udziału w Konkursie powinno być dokonane w formie pisemnej (e-mail).
4. Organizator Konkursu zastrzega sobie możliwość zmiany terminu Konkursu oraz odwołania go, w sytuacji, gdy liczba zgłoszonych osób będzie mniejsza niż 10, a także wówczas, gdy wystąpią inne przyczyny od niego niezależne.

§3

ZASADY KONKURSU I PRYZNAWANIA NAGRÓD

1. Konkurs składa się z dwóch etapów.
2. Etap I polega na napisaniu testu. Test ma charakter testu zamkniętego, o jednokrotnym wyborze (z tylko jedną poprawną odpowiedzią na trzy odpowiedzi podane). Test składa się z 20 pytań, z następujących obszarów: zarządzanie, finanse, rachunkowość, marketing. Na udzielenie odpowiedzi przewidzianych jest 20 minut. Za prawidłową odpowiedź otrzymuje się 1 punkt, za nieprawidłową: 0 punktów, za brak odpowiedzi: 0 punktów. Maksymalnie można otrzymać 20 punktów. Termin przeprowadzenia testu zostanie ogłoszony przez Organizatora na stronie internetowej Konkursu do 6 marca 2024 r.
3. 7 uczestników I etapu Konkursu z najwyższą liczbą punktów przechodzi do II etapu Konkursu. Jeśli nie będzie możliwości wyłonienia 7 osób np., z powodu jednakowej liczby uzyskanych punktów, o przejściu do kolejnego etapu będzie decydować czas wypełnienia testu.
4. Etap II polega na przygotowaniu prezentacji multimedialnej (maksimum 10 slajdów), na temat: **„Plan marketingowy nowego produktu/usługi”**. Prezentacje są oceniane przez Jury Konkursu,
z uwzględnieniem następujących kryteriów:
 - a) pomysł - punktacja w skali od 1 do 5 punktów,



- b) treści merytoryczne (opis produktu/usługi, marketing mix, strategia marketingowa) – punktacja w skali od 1 do 5 punktów,
- c) szata graficzna - punktacja w skali od 1 do 5 punktów,
- d) swoboda wypowiedzi - punktacja w skali od 1 do 5 punktów.

Maksymalna liczba punktów, możliwych do zdobycia przez Uczestnika Konkursu, wynosi od każdego członka Jury Konkursu 20 punktów.

5. Liczba punktów otrzymana przez Uczestnika Konkursu jest wynikiem zsumowania punktów uzyskanych przez Uczestnika Konkursu od członków Jury Konkursu za poszczególne cztery obszary, a następnie podzielenia sumy uzyskanych punktów przez liczbę członków Jury Konkursu. Prezentacje zostaną przedstawione Jury Konkursu 19 marca 2024 r., albo w sali wykładowej, w siedzibie Uczelni (kampus Jutrzenki) lub poprzez Google-Meet.
6. Ocena prezentacji w Etapie II jest dokonywana na „Formularzu oceny prezentacji” (załącznik nr 2 do niniejszego regulaminu) oddzielnie przez każdego z członków Jury Konkursu. Każda z indywidualnych ocen członka Jury Konkursu stanowi sumę punktów przyznanych za wszystkie cztery oceniane elementy prezentacji.
7. Jury Konkursu, na podstawie uzyskanej punktacji, może przyznać: I, II i III nagrodę. W sytuacji, gdy większość członków Jury Konkursu nie wskaże żadnej prezentacji do nagrody – nagrody nie przyznaje się. Jeżeli równa liczba głosów przypadnie więcej niż jednej prezentacji, o wyłonieniu dwóch/trzech z nich decyduje Przewodniczący Jury.
8. Uczestnik Konkursu, któremu zostanie przyznana I nagroda uzyska jednomiesięczne stypendium (rozumiane jako zwolnienie z czesnego za miesiąc czerwiec w roku akademickim, w którym odbywa się Konkurs), ufundowane przez Rektora Uczelni oraz nagroda książkowa.. Nagrodami za uzyskanie II-ego i III-ego miejsca są pozycje książkowe z zakresu zarządzania. Wszyscy zdobywcy nagród otrzymają również pamiątkowe dyplomy.
9. Organizator Konkursu zastrzega sobie prawo do opublikowania listy 7 uczestników, którzy zostali zakwalifikowani do Etapu II (czyli Finału) Konkursu oraz 3 laureatów Konkursu.



§4

KOMITET I JURY KONKURSU

1. Za przygotowanie informacji o Konkursie oraz zestawów pytań wraz z formularzem odpowiedzi, przeprowadzenie Konkursu i przechowywanie prac odpowiada Komitet Organizacyjny Konkursu (zwany dalej „Komitetem”).
2. W skład Komitetu wchodzi:
 - 1) dr Mariusz Gorustowicz (przewodniczący Komitetu),
 - 2) dr Artur Kwasek.
3. Komitet wyznacza terminy etapów Konkursu i jest odpowiedzialny za przekazanie informacji do zainteresowanych osób. Informacja szczegółowa dotycząca poszczególnych etapów zostanie przesłana na adresy elektroniczne Uczestników Konkursu, najpóźniej na 5 dni (z wyjątkiem hasła dostępu do platformy Moodle w Etapie I – por. §3 pkt 2 regulaminu) przed wyznaczoną datą.
4. Oceny testów i prezentacji Uczestników Konkursu, w zakresie określonym w niniejszym regulaminie, dokonuje Jury Konkursu. W jego skład wchodzi:
 - 1) Dziekan Wydziału Zarządzania i Logistyki – dr inż. Ireneusz Fura (przewodniczący Jury)
 - 2) Prodziekan Kierunku Zarządzanie - dr Andrzej Woźniak
 - 3) Kierownik Katedry Zarządzania - dr Mariusz Gorustowicz
 - 4) dr Artur Kwasek.
5. Jury podejmuje rozstrzygnięcia w formie uchwał. Uchwały Jury, o ile niniejszy regulamin nie stanowi inaczej, zapadają zwykłą większością głosów, przy obecności co najmniej połowy składu w głosowaniu jawnym. W przypadku równości głosów decyduje głos Przewodniczącego.
6. Uchwały Jury mają charakter ostateczny.



§5

1. Organizator Konkursu zastrzega sobie prawo do wprowadzenia zmian w niniejszym regulaminie.
2. Zmiany niniejszego regulaminu dokonuje Rektor Uczelni. Zmiana regulaminu może również nastąpić na wniosek Kierownika Katedry Zarządzania lub członka Komitetu Konkursu.
3. Tekst regulaminu, uwzględniający dokonane zmiany, zostaje umieszczony niezwłocznie na stronie internetowej Uczelni (www.uth.edu.pl; zakładka "Konkurs Katedry Zarządzania").
4. W sprawach nieuregulowanych niniejszym regulaminem rozstrzyga Organizator Konkursu.
5. Niniejszy regulamin wchodzi w życie z dniem 16 stycznia 2024 r.

§6

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Wysłanie zgłoszenia rejestracyjnego oznacza akceptację postanowień niniejszego regulaminu, zgody na przetwarzanie przekazanych przez siebie danych osobowych, zgodnie z Rozporządzeniem (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (dalej: RODO) przez Organizatora Konkursu w celach związanych z Konkursem, a także przestrzegania przepisów porządkowych oraz wszelkich innych ustaleń dokonanych między Uczestnikiem Konkursu a Organizatorem.
2. Udostępnienie przez Uczestnika jego danych osobowych odbywa się na zasadach pełnej dobrowolności.
3. Zgodnie z RODO organizator Konkursu nie przekazuje, nie sprzedaje i nie używa zgromadzonych danych osobowych Uczestników innym osobom lub instytucjom. Dane osobowe podane przez Uczestnika traktowane są jako informacje poufne i służą tylko i wyłącznie do celów komunikacji pomiędzy Uczestnikiem a Organizatorami Konkursu.
4. Uczestnik ma prawo wglądu do danych, ich poprawiania oraz żądać ich usunięcia. W celu wykonania ww. uprawnień, Uczestnik powinien przekazać sekretarzowi Konkursu

pisemne oświadczenie. Żądanie usunięcia danych osobowych oznacza rezygnację z uczestnictwa w Konkursie.

5. Administratorem danych osobowych Uczestników Konkursu jest Organizator Konkursu.



UTH im. H. Chodkowskiej w Warszawie

Warszawa,03.2024 r.

Katedra Zarządzania

Wydział Zarządzania i Logistyki

„Formularz oceny prezentacji”

ETAP II Konkursu „Strategie Marketingowe”

Imię i nazwisko członka Jury Konkursu:	
Stopień naukowy:	
Funkcja w ramach Jury Konkursu:	

W kolumnach 4-7 proszę wstawić liczbę punktów od 1 pkt. do 5 pkt.

(1- najniższa ocena, 5 – najwyższa ocena)

Lp.	Imię i nazwisko uczestnika Konkursu	Tytuł prezentacji	kryterium				Suma punktów	Uwagi
			1	2	3	4		

.....
Data i podpis członka Jury Konkursu