



REGOLAMENTO
PREMIO MARKETING H!PMI
dedicato alle Scuole Secondarie Superiori

PRIMA EDIZIONE

La partecipazione al Premio deve avvenire nel rispetto delle norme che sono indicate nel seguente Regolamento, riportato anche nella sezione dedicata al Premio Marketing del sito: <http://www.marketing-pmi.it/premio-marketing/>

Il Premio è un'iniziativa che si sviluppa secondo le seguenti fasi:

- ogni anno viene raccolto ed elaborato un caso aziendale ("Caso") che illustra un problema relativo ad un prodotto/servizio o ad una Piccola Media Impresa/Ente/Associazione già presente sul mercato o che desidera entrare in nuovi mercati, locali e/o globali. Il materiale relativo al Caso viene messo a disposizione degli studenti delle scuole secondarie superiori italiane convenzionate con l'Associazione Marketing nelle PMI attraverso il sito web (www.marketing-pmi.it) e in occasione della presentazione in aula (cfr. fase 2) laddove prevista;
- nel corso dell'anno scolastico, possono essere organizzati uno o incontri, per dare agli studenti la possibilità di fare domande;
- agli studenti che partecipano al Premio viene richiesto di elaborare una propria soluzione del Caso e di consegnarla alla Commissione giudicante nei modi e nei tempi stabiliti dal Regolamento;
- la Commissione giudicante, composta da professori, rappresentanti di enti locali, rappresentanti dell'Associazione Marketing nelle PMI e da manager/imprenditori aziendali ("Giuria"), valuterà tutti gli elaborati pervenuti e le presentazioni dei lavori, individuando i 3 elaborati migliori;
- prima della fine dell'anno scolastico i 3 gruppi finalisti dovranno sottoporre alla Commissione una Presentazione del Caso e verrà decretato il gruppo vincitore.

Il Premio vuole valorizzare il processo di apprendimento delle problematiche di mercato, da parte degli studenti. Il Premio vuole entusiasmare i ragazzi e allo stesso tempo favorire un primo approccio col mondo lavorativo, attraverso un proficuo e formativo esercizio di gruppo riguardo un problema reale, simulando le fasi di commercializzazione di un prodotto/servizio nei mercati locali e globali.

Il principale partner del Premio è Confesercenti Lombardia Orientale che propone ogni anno una azienda per il Caso in accordo con l'Associazione Marketing nelle PMI che dirige il Premio.

Ogni partecipante al Premio Marketing H!PMI ("Premio") dovrà rispettare, a pena di esclusione, tutte le norme del presente Regolamento.

1. Requisiti dei partecipanti

1. Il Premio è riservato agli studenti (italiani o stranieri) di tutti i corsi di scuola superiore delle scuole italiane; i partecipanti non dovranno essere inseriti nella realtà lavorativa e dovranno avere un'età massima di 20 anni.
2. La partecipazione al Premio è aperta a concorrenti a squadre formate al massimo da tre componenti (i singoli possono partecipare solo se per esigenze numeriche della classe non è possibile formare una squadra). Sono ammesse anche squadre miste composte da studenti di scuole diverse. Ogni squadra dovrà obbligatoriamente scegliere un caposquadra.
3. La partecipazione al Premio è gratuita.

2. Modalità di partecipazione e consegna degli elaborati

1. Ogni squadra dovrà consegnare di persona in duplice copia entro il 28 Febbraio 2014 il proprio elaborato (redatto nel rispetto delle regole previste nel successivo punto 4) alla propria referente scolastica, in busta chiusa, completo dei moduli di cui ai punti successivi.
2. L'elaborato cartaceo dovrà essere accompagnato dal modulo di partecipazione, uno per ogni componente della squadra, compilato in tutte le sue parti e sottoscritto da ciascuno dei partecipanti; nel modulo di partecipazione dovrà essere chiaramente indicata la qualifica di "caposquadra" o di "componente della squadra" (nel caso non fossero disponibili copie del modulo di partecipazione in numero sufficiente sono ammesse fotocopie).
3. Per garantire l'integrità e la sicurezza dei dati non sarà possibile modificare i dati anagrafici inseriti nei moduli già consegnati. Nel caso si riscontri un errore di battitura nella compilazione di un modulo già inviato sarà possibile contattare la Segreteria Organizzativa del Premio all'indirizzo: associazione.culturale.marketing.pmi@gmail.com. In ogni caso, non sarà possibile aggiungere o rimuovere componenti dalle squadre già registrate, né sostituire o modificare gli elaborati già consegnati.
4. L'elaborato cartaceo dovrà essere consegnato di persona alla propria referente scolastica che garantirà l'anonimato secondo sua discrezione, buona fede e diligenza per la quale non sarà contestabile né giudicabile dato l'alto ruolo morale che ricopre, in duplice copia insieme al Modulo di partecipazione compilato da tutti i partecipanti entro il 28 Febbraio 2014. All'interno preghiamo di allegare CD con risoluzione del Caso-elaborato in formato Word .doc o Pdf non saranno accettati altri formati.
5. A tutti i partecipanti, verrà riconosciuto in ogni modo un attestato di merito.
6. Potrà essere riconosciuto anche un premio della critica, a discrezione della Giuria, per premiare la creatività.
7. Viene riservata una particolare sezione, "fuori premio", a quelle scuole che vogliono partecipare ma non hanno firmato la convenzione, oppure per chi si avvicina per la prima volta ai temi del marketing, o per ogni altra ragione (es. sperimentazione reciproca), tale sezione è denominata "Esercizio al Caso di Marketing" e riceve un semplice Attestato di partecipazione al Caso (tutti i partecipanti), con una nota di merito e distinzione per la squadra che avrà fatto l'elaborato migliore.

3. Oggetto degli elaborati

1. I partecipanti dovranno elaborare progetti e studi al fine di risolvere uno specifico caso aziendale o di ente locale.

4. Caratteristiche e utilizzo degli elaborati

Ciascun elaborato dovrà:

1. Illustrare il piano marketing per la soluzione dell'obiettivo, in un numero massimo di 20 pagine (formato A4, massimo 35 righe per pagina, scritto a computer con carattere Times New Roman 12) compresi gli eventuali allegati. È possibile anche inserire foto, immagini e schemi che comunque saranno conteggiati per l'esaurimento del numero massimo di pagine. Il piano dovrà essere consegnato in forma cartacea alla referente scolastica, la quale sarà responsabile delle copie consegnategli come da articolo 2.4. Non sono ammessi floppy disc, videocassette, audiocassette, o altri supporti informatici, ad Eccezione del CD come sopra riportato;
2. Specificare tutte le fonti esterne di informazione utilizzate per la sua realizzazione; per utilizzare i dati forniti direttamente da aziende o istituti di ricerca (non inclusi nel materiale fornito dal Premio) è obbligatorio indicare il nome della persona che li ha resi disponibili. Non è consentito, in nessun caso, richiedere informazioni all'azienda o ente oggetto del caso;
3. Essere assolutamente anonimo; non dovrà pertanto riportare al suo interno della busta alcuna indicazione circa gli autori al fine di consentire una valutazione totalmente obiettiva e anonima del lavoro (nomi dei partecipanti, Scuola di appartenenza e altri riferimenti ai componenti della squadra che dovranno essere riportati unicamente sul Modulo di partecipazione, il quale verrà rilasciato dalla referente scolastica o da persona da lei delegata e incaricata, compilato dai partecipanti al momento della consegna dell'elaborato. Si suggerisce di numerare la busta sigillata con lo stesso numero indicato sul Modulo di partecipazione.
4. Ciascun concorrente garantisce che l'elaborato è stato sviluppato autonomamente (o dal gruppo di appartenenza), in modo lecito, tramite scritti, informazioni e dati raccolti e utilizzati nel rispetto delle vigenti normative. In particolare, il concorrente garantisce che l'elaborato non è coperto da diritti di proprietà intellettuale di terzi. A tal riguardo, ogni concorrente si impegna comunque a manlevare e tenere indenne l'Azienda o l'Ente oggetto del caso, la Associazione culturale Marketing nelle PMI, Confesercenti e la Scuola, dalle conseguenze di ogni responsabilità derivante da richieste, ivi incluse eventuali azioni legali, avanzate da terzi o derivanti da violazione delle applicabili normative. La responsabilità rimane in capo alla squadra partecipante.
5. Partecipando al Premio ciascun concorrente cede alla Associazione Culturale Marketing nelle PMI (ove necessario) ogni eventuale diritto di utilizzazione economica dell'elaborato, senza limiti e in tutto il mondo. In particolare il concorrente, con riferimento al proprio elaborato, cede il diritto di pubblicare in esclusiva, utilizzare economicamente in ogni forma e modo originale o derivato, riprodurre con qualsiasi mezzo, tradurre in altra/e lingua/e, modificare, elaborare, integrare, trasformare in parte o nel suo complesso.
6. Gli elaborati sviluppati in modo non conforme alle condizioni previste dal Regolamento non saranno ritenuti validi e saranno quindi automaticamente esclusi. Qualora tali elaborati, pur essendo non conformi, siano stati premiati, la Segreteria Organizzativa potrà revocare il premio. Gli elaborati consegnati non saranno restituiti. In caso di studenti minorenni il modulo di partecipazione e accettazione del regolamento va controfirmato dal Genitore o Tutore responsabile, in nessun

caso la responsabilità è attribuibile alla Associazione Culturale Marketing nelle PMI e ai suoi referenti.

5. Casi di esclusione

1. Non sono ammessi gli iscritti a corsi di formazione, master post-diploma (né singolarmente, né in squadra). L'eventuale partecipazione di un componente a corsi di formazione, master, ecc. comporterà l'esclusione dell'intera squadra.
2. Non sono ammessi gli studenti inseriti a qualsiasi titolo nella realtà lavorativa, eccezion fatta per il periodo di stage o tirocinio esplicitamente previsto dal programma di studi.

6. Giuria

1. La Giuria si riserva, qualora lo ritenga opportuno, di non assegnare uno o più premi ovvero di designare un premio ex aequo. A discrezione della Giuria, per premiare la creatività, potrà essere riconosciuto anche un premio speciale. Il giudizio della Giuria e la conseguente classifica finale dei vincitori sono insindacabili.
2. La Giuria con giudizio insindacabile dichiarerà i finalisti (primi tre classificati) ed il vincitore, a cui andrà un diploma di partecipazione e di qualifica. Alla squadra prima classificata sarà offerta la possibilità di uno stage secondo le modalità concordate con l'ente o l'azienda oggetto del caso.

7. Legge applicabile e foro competente

1. Per quanto non sia previsto dal presente Regolamento, si applicheranno le leggi della Repubblica Italiana. Ogni e qualsiasi controversia relativa o in qualunque modo connessa al presente Regolamento sarà di competenza esclusiva del Foro di Mantova. L'Associazione Culturale Marketing nelle PMI è esonerata da qualsiasi responsabilità diretta o indiretta derivante dal Premio e dalla sua Organizzazione.

Per informazioni rivolgersi a:

Associazione Culturale Marketing nelle PMI

Via Ronchi, 6/A, 46027 San Benedetto Po (MN)

associazionemarketingpmi@gmail.com

In collaborazione con

