



**ПЕРМСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**
Классика будущего

ПОЛОЖЕНИЕ

о краевом конкурсе социального продукта «Активное поколение (New Market)»

1. Общие положения

1.1. Краевой конкурс лучших социальных продуктов «New Market» (далее – Конкурс) является одним из организационных механизмов развития социального партнерства между коммерческими структурами, образовательными организациями и органами государственной власти, ориентированного на поддержку и реализацию проектов в сфере социального предпринимательства.

1.2. Конкурс является площадкой по выявлению лучших социальных продуктов в Пермском крае и проводится 1 раз в год. Итоги Конкурса подводятся в рамках дня открытых дверей ПГНИУ.

1.3. Настоящее Положение определяет цели и задачи, порядок проведения, содержание, требования к участникам Конкурса.

1.4. Задачами Конкурса являются:

- привлечение внимания общества к социальному продукту,
- поиск и отбор наиболее перспективных социально значимых продуктов,
- создание единой коммуникационной среды для обмена идеями социальных продуктов,

Учредителем и организатором Конкурса является кафедра маркетинга Пермского государственного национального исследовательского университета (далее – Организатор).

1.5. Дополнительная информация о Конкурсе публикуется на сайте econom.psu.ru (далее – Сайт).

2. Условия участия в Конкурсе

2.1. В Конкурсе принимают участие учащиеся образовательных организаций с 8-11 классы, представившие документы в соответствии с условиями Конкурса.

2.2. Учащиеся, участвующие в конкурсе, должны соответствовать следующим критериям:

- выделять социальную миссию в качестве основы своего продукта,
- направлять свою деятельность на решение конкретных социальных проблем.

2.3. Участники Конкурса не возражают против публикации Организатором части или полного текста конкурсной заявки и других материалов (содержащих информацию о проекте и персональные данные участников) на Сайте и других интернет-ресурсах, а также в печатных изданиях.

2.4. Все расходы по участию в финальной церемонии Конкурса берет на себя Организатор и партнеры Конкурса.

3. Направления Конкурса

3.1. В конкурсе могут участвовать социальные продукты в следующих номинациях:

1. Образовательный продукт «Хочу все знать»
2. Молодежный продукт «Молодое поколение»
3. Спортивный продукт «Быстрее, выше, сильнее!»
4. Экопродукт «Будь здоров!»
5. Продукт технологий будущего «Гордость России»

3.2. Каждый заявитель может подать одну или несколько заявок на участие в Конкурсе по одному или нескольким направлениям.

4. Порядок организации и проведения Конкурса

4.1. Конкурс проводится в три этапа.

Первый этап: выезды в образовательные организации Пермского края, заочный сбор заявок (онлайн);

Второй этап: оценка конкурсных заявок и определение победителей 2-го этапа;

Третий этап: презентация лучших социальных продуктов и награждение победителей.

4.2. Подача заявок на участие в Конкурсе

4.2.1. Для участия в Конкурсе принимаются заявки, оформленные в соответствии с требованиями Конкурса и имеющие все необходимые приложения и документы.

4.2.2. Участник, предоставляя заявку на участие в Конкурсе, соглашается предоставить к использованию Организатором соответствующие результаты интеллектуальной деятельности (в случае наличия таковых) и самостоятельно несет ответственность за обеспечение охраны собственных авторских прав.

4.2.3. Работы, представленные участниками Конкурса для участия в нем, участникам Конкурса не оплачиваются.

4.2.4. Возражения, апелляции, претензии по итогам Конкурса не принимаются.

4.3. Руководство Конкурсом

4.4. Организатор

4.4.1. Организатор осуществляет информационно-консультационную поддержку участников, приём и обработку заявок; проведение квалификационного отбора заявок; консультацию по выбору оптимальной номинации, организацию информационной кампании, в том числе работу Сайта, подготовку дипломов участников Конкурса.

4.4.2. Организатор выделяет координатора-менеджера Конкурса. Менеджер-координатор отвечает за прием заявок, проверку их соответствия установленным требованиям (в том числе – наличие согласия на обработку персональных данных в соответствии с законодательством РФ), коммуникации с участниками Конкурса по вопросам оформления заявок и предоставления необходимых документов и данных.

4.4.3. Организатор имеет право вести работу по привлечению спонсорской поддержки Конкурса со стороны коммерческих, общественных организаций, государственных структур, а также информационного спонсорства со стороны СМИ.

4.5. Жюри Конкурса

4.5.1. Жюри Конкурса создается с целью оценки и отбора лучших работ, а также определения победителей на основании оценки конкурсных работ и утверждается Оргкомитетом (далее – Жюри).

4.5.2. Решение Жюри Конкурса обжалованию не подлежит.

4.6. Критерии оценки конкурсных заявок

Проекты в каждой номинации оцениваются по следующим 5-и критериям, каждый критерий оценивается по нескольким пунктам:

Наименование	Характеристика	Баллы
1. Социальная значимость		20
1.1 Идея проекта	Обоснование социально значимого товара (услуги).	10
1.2 Результат маркетинговых исследований	Результат, проведенного опроса, фокус-группы, наблюдения, обосновывающее актуальность и потребность в социальном продукте(услуге).	7
1.3 Целевая аудитория	Ожидаемые потребители продукта (услуги), на которых направлен проект.	3
2. «Уникальность идеи»		20
2.1 Уникальность	Обоснование оригинальности (инновационности) продукта (услуги).	10
2.2 Масштабируемость	возможности тиражирования в промышленных масштабах.	3

2.3 Позиционирование продукта	Определение социального продукта (услуги) на рынке, с точки зрения самого потребителя.	7
3. «Ресурсы проекта»		20
3.1 Расходы	Структура и сумма затрат необходимые для производства социального продукта (оказание социальной услуги).	10
3.2 Финансовое обеспечение	Планируемый источник покрытия расходов (банк, инвестиции, собственные деньги).	10
4. «Бизнес-потенциал»		20
4.1 Рынки сбыта	Каналы сбыта, где потребитель (ЦА) может приобрести данный продукт (услугу).	10
4.3 Эффективность	Определение планируемого результата и эффективности реализации социального продукта (услуги).	10
5. «Устойчивое развитие»		20
5.1 Риски проекта	неопределенное событие или условие, которое в случае возникновения имеет воздействие (позитивное или негативное) на процесс производства социального продукта (оказание услуги). Например: увеличение сроков.	10
5.2 Прогнозы проекта	Формирование финансового прогноза развития социального продукта (услуги) на 3-5 лет.	10
ИТОГО		100

4.7. Проекты оцениваются по балльной системе.

5. Награждение

5.1. По итогам оценки Жюри Конкурса и дополнительных оценочных мероприятий, в случае их проведения, определяется статус обладателя I, II, III места по каждой конкурсной номинации.

5.2. Проекты-участники могут быть отмечены специальными призами, учрежденными Жюри. Организатор, члены Жюри и партнеры Конкурса вправе учредить свои номинации и призы по согласованию с Оргкомитетом.

5.3. Лауреаты Конкурса получают дипломы, подтверждающие их участие и оценку в Конкурсе.

6. Сроки реализации Конкурса

6.1. Конкурс реализуется в соответствии с планом-графиком проведения:

6.1.1. Реализация Конкурса начинается с опубликованных в СМИ и на сайте объявлениях о проведении Конкурса в г. Пермь

6.1.2. Прием и регистрация заявок на Конкурс осуществляется 10.10.2017 г. - 01.11.2017 г.

6.1.3. Экспертиза заявок и определение победителей Конкурса на первом этапе осуществляется 01.11.2017 г. - 30.11.2017 г.

6.1.4. Заключительное мероприятие Конкурса и оглашение победителей осуществляется 1 декабря 2017 г.

7. Итоги Конкурса

7.1 Итоговое мероприятие 1 декабря 2017 г.