

PRAVILA IN POGOJI ZA SODELOVANJE NA GEA Challenge

Marketinški preboj 2018/2020 za MIK Celje

1. SPLOŠNO:

Na GEA Challenge, ki ga organizirata GEA College in MIK CELJE se lahko prijavijo in sodelujejo vsi kandidati/kandidatke (študenti/šudentke), ki izpolnjujejo pogoje, da se lahko v študijskem letu 2017/2018 ali 2018/2019 vpišejo v podiplomski (magistrski) študijski program na GEA College - Fakulteti za podjetništvo:

- Vsi, ki **zaključujete najmanj 3. letnik visokošolskega/univerzitetnega študija** ali ste že diplomirali in razmišljate o vpisu na magistrski študij v š.l. 2017/2018 ali 2018/2019.
- Kdor si upa spopasti z resničnim poslovnim izzivom in preveriti vašo poslovno žilico
- Kdor je kreativen, **podjetniško naravn**an in ima nekaj delovnih izkušenj s **področja marketinga**.

Naloga sodelujočih na GEA Challenge bo pripraviti Marketinški preboj 2018/2020 za podjetje MIK CELJE, kjer bo poseben poudarek na sinergičnem prepletanju različnih marketinških tehnik in realnemu potencialu implementacije dokumenta.

Z vsakim prijavljenim kandidatom/ko bomo v roku 7 dni po prejemu prijave **opravili razgovor** preko telefona oz. skype-a. Na podlagi intervjujev bomo izbrali 20 kandidatov, ki se bodo pomerili v reševanju izziva in se potegovali za nagrade.

2. VSEBINSKI OKVIR

1. Povzetek (približno 200 besed)

2. Namen komunikacijske strategije

- a. Kaj je namen
- b. Kaj so cilji

3. Opis trenutne situacije v podjetju na področju marketinga

Opis na kratko pokaže, kaj se v podjetju trenutno dogaja na tem področju. Nadalje se tukaj opredeli, s katerimi tehnikami ali orodji podjetje komunicira in kje se pojavlja s svojimi marketinškimi aktivnostmi.

Smiselno je izpostaviti, katere metode so prinesle največ uspeha v zadnjem obdobju in kaj so orodja, ki niso prinesla zelenih učinkov. Na tak način lahko ugotovimo, kakšno je stanje na področju marketinga.

Orodja ali metode analiziranja stanja:

- a) PEST analiza (politično, ekonomsko, socialno in tehnološko proučevanje faktorjev, ki lahko vplivajo na aktivnosti podjetja)
- b) SWOT analiza (prednosti, slabosti, priložnosti, nevarnosti)
- c) Analiza konkurence (tukaj proučujemo konkurenco in ugotavljamo, kaj konkurenti delajo na proučevanem področju)

4. Organizacijski in komunikacijski cilji

Komunikacijska strategija mora jasno izražati celoten organizacijski plan podjetja. V tem delu je potrebno proučiti vizijo, strategijo in celotne cilje oziroma plane podjetja. Ko imamo te postavke razčiščene, začnemo razmišljati o tem, kako bo naša komunikacijska strategija pomagala pri doseganju ciljev podjetja.

Komunikacijski cilji morajo biti v skladu s cilji podjetja. Skladno s tem komuniciramo vizijo in strategijo ter z najpomembnejšimi - relevantnimi sporočili nastopamo v javnosti.

5. Identifikacija deležnikov

Identifikacija deležnikov je podroben opis glavnih segmentov; zunanjih in notranjih. To lahko vključuje splošno javnost, politiko, uporabnike storitev in osebje. Lahko vključuje tudi potencialne segmente javnosti, ki jih podjetje namerava targetirati v prihodnosti.

Dobro je identificirati, kaj določen segment v povprečju zanima, da lahko pripravimo ustrezna sporočila in jih naslovimo samo na naslovnika. Potrebno pa se je zavedati, da vedno ko komuniciramo, moramo razmišljati tudi na notranje deležnike - na naše zaposlene, partnerje in podobno.

6. Sporočila

Ko je narejena faza identifikacije segmentov, ki jim nameravamo komunicirati naše vsebine, je potrebno formirati za njih sporočila, ki predstavljajo skladnost koncepta podjetja. Smiselno je začeti z občinstvom, ki nam je prioriteto.

7. Glavne komunikacijske metode

Za vsak segment, kot je opredeljeno v prejšnjem poglavju, je potrebno sedaj navesti najprimernejše poti za komuniciranje z njimi. Te komunikacijske poti lahko vključujejo elektronske prispevke, konference, delavnice, letake, sporočila za javnost, dogodke oziroma metode z večjim priklicem, kot so mediji in spletne strani.

Za vsak segment je smiselno ustvariti več primernih komunikacijskih kanalov.

8. Plan dela

V tem delu je že opredeljeno, kakšni so segmenti in kaj so izbrane komunikacijske metode za njih, zato je potrebno definirati glavne komunikacijske aktivnosti, proračun in ostale resurse. Plan dela vključuje tudi časovnice in delne cilje kampanje v celotnem planu.

Če obstajajo kakšni posebni dogodki ali projekti, za katere že veste, da se bodo zgodili jih vključite v plan dela.

9. Merjenje uspešnosti

Kot pri vsakem projektu ali procesu moramo tudi pri komunikacijski strategiji definirati cilje in metode, s katerimi bomo doseganje ciljev (ali nedoseganje) merili.

Smiselno je meriti kampanje ali akcije že tekom odvijanja, da ne čakamo na konec ampak lahko že tekom izvajanja ugotavljamo potencialne odmike in skladno s planom vplivamo na dogajanje.

3. PRIPRAVA in REŠEVANJE IZZIVOV

Predstavitveni dogodek (KICK OFF) za GEA Challenge bo 9.5.2017 v prostorih MIK Celje. Na predstavitvi izziva bodo udeleženci, poleg predstavitve poslovanja podjetja, informacij o njihovih aktualnih aktivnostih na področju marketinga in informacij, ki jih bodo lahko prejeli iz »prve roke«, deležni tudi uporabne delavnice na temo izziva.

V delavnici, ki bo trajala 3 šolske ure bodo udeleženci spoznali osnove marketinga, pripravo komunikacijske strategije, marketing miks in ostale koncepte, ki jim bodo pomagali pri izdelavi elaborata.

Končno obliko elaboratov bodo sodelujoči oddali preko e-maila: mentorstvo@geacollege.si, najkasneje do datuma določenega v časovnici.

Končne naloge (rešitve izzivov) morajo biti oddane na način, da so oblikovno in vsebinsko ustrezne. Primer (t.i. template) z navodili za oblikovanje dokumentov se nahaja na portalu na spletnem naslovu <http://gea-college.si/projekt/gea-challenge-marketinski-preboj-za-mik-celje>

- Sodelujoči lahko pripravijo svojo formo a mora izpolnjevati strokovno zadostne kriterije in mora biti realno izvedljiva v praksi.

Časovnica:

Organizator si pridržuje pravico do spremembe časovnice in se zavezuje, da bo prijavljene študente o morebitnih spremembah obvestil preko elektronske pošte.

Mentorstvo:

Pri reševanju izzivov in oblikovanju inovativnih rešitev vam bo v pomoč mentorska ekipa GEA Collega. Mentorji bodo objektivno ocenili smer v katero se podajate in bodo prepoznali kaj je dobro in narobe pri rešitvah izziva.

Mentorji bodo strokovnjaki z različnih poslovnih področij:

- osnove marketinga
- komunikacijske strategije
- marketing miks
- marketing in tržne strategije

Vsak udeleženec GEA Challenge izziva se lahko izkoristi individualno svetovanje mentorjev. Svetovanja bodo potekala preko elektronskega naslova: mentorstvo@gea-college.si.

4. NAGRADE

Nagrade, ki jih podarja GEA College:

Kandidati/kandidatke, ki bodo najbolje opravili z izzivom in bodo tudi na predstavitvi nalog, ki bo 13.6.2017 ter pri odgovarjanju na vprašanja komisije najbolj prepričali žirijo, bodo nagrajeni. Nagrade, ki jih podarja GEA College:

1. Nagrada: *brezplačni magistrski študij na GEA College**
2. Nagrada: *50% popust za magistrski študij na GEA College**
3. Nagrada: *25% popust za magistrski študij na GEA College**

* Zmagovalci oz. prejemniki nagrad lahko nagrado koristijo ob vpisu v 1. letnik magistrskega študija na GEA College - Fakulteti za podjetništvo, v š.l. 2017/2018 ali 2018/2019 in sami poskrbijo za vso pripravo in oddajo ustrezne vpisne dokumentacije ter pravočasen vpis. Nagrada krije šolnino, vpisnino morajo prejemniki nagrade poravnati sami.

Možna nagrada, ki jo podarja MIK CELJE:

Nagrada za posebne dosežke: Možnost zaposlitve v podjetju MIK CELJE

5. OCENJEVANJE IN PREDSTAVITVE

V presojo in ocenjevanje komisije bodo vključene le zaključene naloge, ki bodo oddane pravočasno in bodo tudi vsebinsko in oblikovno ustrezne.

Predstavitve elaboratov se bodo odvijale v prostorih podjetja MIK Celje, 13.6.2017 od 9:00 naprej po predpisanih terminih.

Od vsakega posameznika se pričakuje predstavitev podkrepljena s Power Point prezentacijo. Predstavitve naj bodo atraktivne, vsebinsko korektne in naj imajo poudarek na edinstvenosti in na možnosti implementacije.

- Vsi projekti naj se fokusirajo na realno možnost implementacije rezultatov v podjetju MIK CELJE. Naloge, ki bodo sicer smiselne, a ne bodo uresničljive v praksi (npr. previsok proračun, ki je za podjetje nerealen) ne bodo prinesle nagrade.

Predstavitve vsakega izziva bo potekala pred komisijo, ki jo bodo sestavljali: vodstvo GEA Collega in vodstvo MIK CELJE.

Potek predstavitve:

1. Individualna predstavitev max. 10 min
2. Odgovori na vprašanja komisije max. 5 min
3. V kolikor bo kakšen projekt izstopal iz okvirjev a vseeno izkazoval potencial lahko komisija podaljša spraševanje še za 5 minut.

RAZNO

S prijavo in delom na projektu oziroma sodelovanjem na izzivu, sodelujoči mentorjem in podjetju MIK CELJE, ki je soorganizator projekta dovoljuje, da dostopajo do projektnih/zaključnih nalog ter dovoljujejo nadaljnjo obdelavo in uporabo pridobljenih podatkov z naslova sodelovanja sodelujočih na izzivih znotraj projekta.

Sodelujoči se s prijavo tudi strinjajo, da informacije o njihovem sodelovanju na projektu in o poteku njihovega dela, izdelkih ter druge informacije vezane na projekt, lahko neposredno preko lastnega obveščanja ali posrednega obveščanja preko medijev posredujemo širši javnosti.

Pogoji za sodelovanje so bili sprejeti in potrjeni s strani GEA College in MIK CELJE v Celju, 22.3.2017.