

ПОЛОЖЕНИЕ
об организации и проведении
олимпиады по маркетингу
среди учащихся 9-10 классов учреждений общего среднего образования

1 Общие положения

1.1 Настоящее Положение об организации и проведении олимпиады по маркетингу (далее - Мероприятие) определяет цели и задачи, организаторов и участников, порядок организации и проведения.

1.2 Организатор Мероприятия: учреждение образования «Могилевский государственный политехнический колледж».

1.3 Участники Мероприятия: учащиеся 9, 10 классов учреждений общего среднего образования. Участие в Мероприятии является добровольным, на бесплатной основе.

1.4 Мероприятие проводится в дистанционной форме с использованием информационно-коммуникационных технологий. Обмен информацией между участниками и организаторами Мероприятия ведется через электронную почту: uvcmgpkn@yandex.by

1.5 Информация о проведении Мероприятия, порядке участия, победителях и призерах является открытой и публикуется на официальном интернет-сайте учреждения образования «Могилевский государственный политехнический колледж» www.politex.mogilev.by

2 Цели и задачи Мероприятия

2.1 Мероприятие проводится в целях выявления наиболее одаренных и талантливых учащихся учреждений общего среднего образования, содействие учащимся в выборе профессии, реализации творческого потенциала учащихся, дальнейшего совершенствования их компетентности, повышения мотивации и

творческой активности педагогических работников в рамках наставничества учащихся, популяризация профессиональной деятельности в области маркетинга.

2.2 Основными задачами Мероприятия являются:

- проверка способности учащихся к самостоятельной деятельности;
- совершенствование умений эффективного выполнения заданий;
- повышение интереса к будущей профессиональной деятельности;
- повышение престижности специальности «Маркетинг».

3 Порядок организации и проведения Мероприятия

3.1 Для работы по подготовке и проведению Мероприятия Организатором сформирован организационный комитет (далее - Оргкомитет).

3.2 Председателем Оргкомитета назначается – Клювиткина Анна Анатольевна, председатель цикловой комиссии экономических дисциплин.

3.3 Председатель Оргкомитета выполняет следующие функции:

- руководит работой Оргкомитета;
- утверждает задания Мероприятия;
- подписывает Протокол подведения итогов Мероприятия.

3.4 Сроки проведения Мероприятия: с 14 февраля 2022г. по 27 марта 2022г.

3.5 Мероприятие проводится в два этапа:

- первый этап: 14 февраля 2022 г. по 20 марта 2022 г. (до 24-00 по МСК) - прием заявок на участие и ответов на задания на электронную почту Оргкомитета uvcmgpkn@yandex.by;

- второй этап: с 20 марта 2022 г. по 27 марта 2022 г. - подведение итогов, публикация результатов на официальном интернет-сайте учреждения образования «Могилевский государственный политехнический колледж» www.politex.mogilev.by

3.6. Положение, заявка, задания Мероприятия размещаются на официальном интернет-сайте учреждения образования «Могилевский государственный политехнический колледж» www.politex.mogilev.by

4 Порядок определения победителей и призеров

4.1 Мероприятие предусматривает выполнение заданий:

- написание эссе;
- решение тестовых заданий (приложение А).

4.2 Победители выявляются по результатам проверки ответов на задания, написания эссе и количества набранных баллов.

4.3 По индивидуальным результатам участников (баллам) победители награждаются дипломами I, II, III степени. Участники, не вошедшие в число победителей, получают сертификаты участников.

4.4 Дипломы, сертификаты предоставляются участникам в электронной версии и отправляются по электронной почте в течение пяти рабочих дней после публикации итогов Мероприятия на адрес электронной почты руководителя, указанный в заявке.

5 Порядок предоставления документов

5.1 Для участия в Мероприятии участники/организаторы присылают на электронную почту Оргкомитета uvcmgpkn@yandex.by заполненную заявку (приложение Б), заполненный бланк ответов на тестовые задания (приложение В), эссе.

5.2 Отправка заявки является согласием на опубликование информации на официальном интернет-сайте учреждения образования «Могилевский государственный политехнический колледж» www.politex.mogilev.by

5.3 В теме письма указывать - «Олимпиада по маркетингу».

5.4 В течение двух рабочих дней будет отправлен ответ о получении и принятии материала. Письма обрабатываются по рабочим дням. Письма, присланные в выходные дни (суббота, воскресенье), будут обработаны в

понедельник. Письма, присланные в праздничные дни, будут обработаны в первый рабочий день.

Приложение А **(обязательное)**

Задания олимпиады

1 часть. Эссе

Эссе – короткое сочинение до трех страниц. Учащийся выражает свое субъективное мнение на одну из предложенных тем:

- «Маркетинг вокруг нас»
- «Реклама как инструмент конкурентной борьбы»
- «Интернет-маркетинг»
- «Мое отношение к рекламе»
- «Мерчендайзинг как способ продвижения товара на рынке»
- «Маркетинг в социальных сетях»
- «Внедрение маркетинга в учреждение образования»

Требования к оформлению эссе: формат страницы А4; поля: сверху, снизу, справа – 10 мм, слева – 20 мм; выравнивание текста – по ширине; шрифт: размер (кегель) – 14 pt, тип – Times New Roman, межстрочный интервал 1,0.

2 часть. Тестирование

Участникам Олимпиады предлагается ответить на 20 вопросов теста. В каждом вопросе только один вариант ответа.

1 Реализуя маркетинг, фирма:

- а) изучает рынок;
- б) проводит рекламу;
- в) обеспечивает доставку необходимых товаров в определенное место и в нужное время;
- г) направляет всю свою деятельность на удовлетворение нужд и потребностей покупателей и потребителей.

2 Несмотря на наличие значительного числа определений маркетинга, в каждом из них есть нечто общее, а именно:

- а) приоритет производителя;
- б) приоритет конкурента;
- в) приоритет посредника;
- г) приоритет потребителя.

3 Свои интересы в получении определенной прибыли коммерческая организация, реализующая маркетинг, обеспечивает за счет:

- а) увеличения числа мест продажи товаров;
- б) правильной ценовой политики;
- в) рекламы;
- г) удовлетворения нужд и потребностей потребителей.

4 Цели деятельности фирмы и цели маркетинга:

- а) абсолютно идентичны;
- б) совершенно различны;
- в) частично взаимосвязаны;

г) тесно взаимосвязаны и соотносятся друг с другом.

5 Комплекс маркетинга включает:

- а) рекламу, цену, товар, упаковку;
- б) товар, распределение, цену, продвижение;
- в) товарный знак, упаковку, цену, распределение;
- г) рекламу, личную продажу, общественные связи, стимулирование продаж.

6 Какое определение наиболее точно передаёт содержание термина "маркетинг?"

- а) искусство продаж, совокупность способов и методов сбыта произведённой продукции;
- б) наука об организации наиболее эффективного управления производством;
- в) процесс планирования, ценообразования, продвижения и реализации идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций;
- г) наука о психологии потребления, основных мотивах потребителей, наиболее эффективных видах и способах рекламы производимой продукции.

7 Главной идеей маркетинга является идея:

- а) человеческих потребностей;
- б) общечеловеческих ценностей;
- в) получения прибыли;
- г) завоевание наибольшей части рынка.

8 Это совокупность маркетинговых средств, управляемых параметров маркетинговой деятельности, манипулируя которыми маркетологи старается наилучшим образом решить поставленные маркетинговые задачи на выбранном сегменте рынка:

- а) маркетинг-микс;
- б) структурный маркетинг;
- в) комплексный маркетинг;
- г) нет верного варианта.

9 Создание новых товаров целесообразно осуществлять:

- а) если соцопросы потребителей гласят о такой необходимости;
- б) если есть технология, способная повысить его качество;
- в) если это оправдано прогнозными экономическими расчетами;
- г) если это оправдано опросами потребителей.

10 Каждый товар имеет свой жизненный цикл. При его описании обычно рассматривается:

- а) время, в течении которого разрабатывается новый товар и осуществляется его массовое производство;
- б) интервал времени от момента запуска в массовое производство до момента снятия с производства;
- в) время, в течении которого товар находится на рынке;
- г) интервал времени от момента начала проведения пробных продаж товара до его снятия с массового производства

11 Фирма должна производить такой товар, которому заранее обеспечен спрос и который приведет фирму к намеченному уровню рентабельности и получению максимальной прибыли - это:

- а) философия маркетинга;
- б) принципы маркетинга;
- в) комплекс маркетинга;
- г) функции маркетинга.

12 Что значит экономить?

- а) покупать самое дешевое;
- б) отказаться от ненужных или бесполезных покупок;
- в) отказаться от отпуска или работать без выходных;
- г) ходить в магазин только одному.

13 Какие признаки подлинности отсутствуют на белорусских банкнотах?

- а) водяные знаки;
- б) защитная нить
- в) совмещающиеся изображения.
- г) печать Национального банка Республики Беларусь

14 Какие обязательства у Вас возникают, если Вы дали официальное согласие выступить поручителем по кредиту своего друга?

- а) никаких обязательств не возникает, это просто жест доброй воли с моей стороны по отношению к моему другу;
- б) я должен буду выплатить долг моего друга, если он сам не выплатит кредит;
- в) я должен буду не только выплатить долг моего друга, но и понесу уголовную ответственность за то, что он не выполнил свои обязательства по кредиту.

15 Что значит понятие «овердрафт?»

- а) способ краткосрочного кредитования, при котором денежные средства предоставляются для покрытия овердрафта;
- б) дебетовое сальдо по текущему (расчетному) счету, возникающее в течение банковского дня в результате проведения юридическим или физическим лицом операций на сумму, превышающую остаток денежных средств на его счете;
- в) это юридически оформленное обязательство банка перед кредитополучателем предоставлять краткосрочный кредит в согласованном размере и на определенные цели в течение установленного в договоре периода.

16 Что подразумевается под понятием «предпринимательство»?

- а) это самостоятельная деятельность людей и их объединений на свой риск и под свою имущественную ответственность;
- б) это группа людей, занимающаяся торговлей своих товаров;
- в) это группа людей, занимающаяся перепродажей товара;
- г) это группа людей, которая занимается благотворительной деятельностью.

17 Что такое труд?

- а) это выполнение отдельным работником определенной трудовой операции;
- б) это целесообразная деятельность человека;

в) это выполнение трудовой операции коллективом.

г) это выполнение каких-то трудовых операций с помощью машин.

18 Бизнес – это:

а) торговая деятельность;

б) инициативная экономическая деятельность, осуществляется за свой счет на свой риск и под свою имущественную ответственность;

в) оказание различных платных услуг;

г) выполнение различных работ.

19 Что такое качество товара?

а) это отношение выпуска товара к его реализации, выраженное в процентах;

б) это совокупность свойств товара обуславливающих их способность удовлетворять потребность покупателя;

в) это товар, на который имеется сертификат;

г) это товар, который отвечает стандартам.

20 Что такое логистика?

а) искусство управления материальным потоком и связанным с ним информационным, финансовым и сервисным потоками;

б) искусство перевозки;

в) предпринимательская деятельность;

г) материально-техническое снабжение.

Приложение Б
(обязательное)

ЗАЯВКА
участника олимпиады по маркетингу

Ф.И.О. участника полностью	Возраст	Местонахождение и наименование учебного заведения, класс	Данные участника: контактные телефоны, e-mail	Ф.И.О. руководителя, контактные телефоны, e-mail

Приложение В (обязательное)

Ответы олимпиадного задания

[illegible]