



КЕЙС № 2.

Продвижение нового образовательного продукта - Национального студенческого чемпионата по управлению бизнесом

Общая ситуация

С 2008 года в Беларуси реализуется инновационный образовательный проект Global Management Challenge (GMC) – Международное Соревнование по стратегическому управлению (www.gmc.by). Ежегодно за звание лучшей управленческой команды сражаются более 20 000 участников в 27 странах по всему миру. Фокусными группами проекта GMC являются менеджеры компаний и слушатели бизнес-школ. Успешное развитие GMC в мире основано на партнерстве с известными бизнес-компаниями, такими как MICROSOFT, ALCATEL, BARKLAYS BANK, XEROX, DELOITTE и др. Главным призом Соревнования является поездка победившей команды на Международный финал – представлять свою страну в Соревновании с лучшими управленцами мира.

В Беларуси официальным партнером Соревнования выступает РУП Белтелеком, генеральным интернет-партнером – Белорусский портал TUT.BY. Образовательными партнерами являются Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, Центр системных бизнес-технологий «Сатио», Международное объединение «Экономические исследования и Образование». Генеральным информационным партнером стала издательская группа «Дело», информационными партнерами – еженедельник «Топ-персона», а также интернет-портал bel.biz, Институт PR-Belarus. Соревнование поддерживают Министерство экономики Республики Беларусь, Бизнес союз предпринимателей и нанимателей им. М.С.Кунявского и Минский Столичный Союз Предпринимателей и Работодателей.

Медиа-партнеры проекта, а также центральные республиканские издания периодически освещают ход Соревнования, размещают информацию о компаниях-участницах, а также интервью с командами и руководителями компаний, выставивших свои команды.

Следующим этапом развития проекта GMC в Беларуси является проведение Национального студенческого чемпионата по управлению бизнесом – GMC-Student (рабочее название).

Продукт

GMC-Student – это образовательный проект, основанный на сложной компьютерной бизнес-симуляции, воспроизводящей деятельность компании-производителя мирового

масштаба. Участники GMC-Student на определенное время станут топ-менеджерами виртуальных компаний, принимая стратегические решения в сфере маркетинга, финансов, производства, управления персоналом и отвечая за финансовые результаты компании. Каждой команде придется осваивать новые рынки, непосредственно конкурируя друг с другом за ресурсы и переменчивый спрос потребителей. В этих непростых условиях, максимально приближенных к реальным, важно не только не потерять имеющийся бизнес, но и сделать все для его развития и процветания, достигнув наивысших финансовых показателей и тем самым одержав победу на рынке. В ходе соревнования имитируются ситуации, которые происходят в реальных компаниях: работа в команде, недостаток времени, ресурсов, информации, принятие оперативных управленческих решений, чтобы превзойти конкурентов. По результатам соревнования определяются восемь команд-победителей, которые примут участие в Национальном финале в Минске. Победители Национального студенческого чемпионата по управлению бизнесом получают награды от организаторов и партнеров проекта.

Во многих странах участие в этом проекте платное. Учитывая важность данного образовательного проекта для Беларуси, организаторы планируют предоставить возможность участвовать всем желающим. Поэтому одна из основных задач организаторов – привлечь внимание потенциальных спонсоров к поддержке Национального студенческого чемпионата по управлению бизнесом. Другими задачами являются: широкое информирование потенциальных участников и общественности о преимуществах и результатах проекта, а также продвижение молодых талантливых кадров, помощь в поиске достойных рабочих мест тем участникам, которые показали наилучшие результаты.

Целевая аудитория

Студенты 3-5 курсов вузов Беларуси (преимущественно экономические специальности), активные, амбициозные, заинтересованные в построении будущей успешной карьеры, претендующие на роль будущей бизнес-элиты страны; желающие на практике применить теоретические знания, завести полезные знакомства.

Задачи кейса:

1. Предложить комплекс мероприятий по продвижению проекта.
2. Предложить стратегию по привлечению внимания к проекту со стороны компаний – потенциальных спонсоров и потенциальных работодателей.
3. Разработать концепцию фирменного стиля, ориентированного на молодежную аудиторию.
4. Предложить концепцию поощрения и продвижения победителей Национального студенческого чемпионата по управлению бизнесом.

Критерии оценки:

1. Проработанность поставленных задач и комплексность решений
2. Способность грамотно обосновывать собственные рекомендации и выводы
3. Уровень креативности и оригинальности предложенных решений
4. Практическая применимость.