

The Marketing Game

ipam Marketing
Leads
Business



| Regulamento da Competição

INTRODUÇÃO

ARTIGO 1: DA INSCRIÇÃO

ARTIGO 2: DA METODOLOGIA

ARTIGO 3: DAS FASES E ETAPAS DA COMPETIÇÃO

ARTIGO 4: DOS CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO

ARTIGO 5: DOS REQUISITOS DE PARTICIPAÇÃO

ARTIGO 6: DO CENTRO APOIO E TUTORIA

ARTIGO 7: DOS PRÉMIOS

ARTIGO 8: DAS NORMAS

ARTIGO 9: DO CÓDIGO DE CONDUTA PARA OS PARTICIPANTES

ARTIGO 10: DAS VIOLAÇÕES DA COMPETIÇÃO

ARTIGO 11: DAS PENALIZAÇÕES

ARTIGO 12: DAS ACÇÕES DISCIPLINARES

ARTIGO 13: DO CALENDÁRIO

ARTIGO 14: DA RECEPÇÃO DE DECISÕES

ARTIGO 15: DA PUBLICAÇÃO DOS RESULTADOS

ARTIGO 16: DA FINAL

ARTIGO 17: DO JÚRI DA COMPETIÇÃO

ARTIGO 18: DA ORGANIZAÇÃO

ARTIGO 19: DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

INTRODUÇÃO

“The Marketing Game” é um programa de formação a distância, de desenvolvimento e certificação de competências baseado num “Simulador de Marketing e Estratégia” abrangendo os diferentes tópicos de Marketing: Segmentação, Posicionamento, Canais de Distribuição, Orçamento de Marketing, Serviço ao Cliente, Estratégia de Preços, entre outros. É organizado pelo IPAM e utiliza o simulador da Cesim Business Simulations. A competição está orientada para proporcionar entre os participantes a formação em gestão empresarial, contribuindo igualmente para uma descoberta vocacional para os processos de análise estratégica, tática e operacional de tomada de decisões, individuais e em equipa, simulando a realidade da gestão empresarial nas suas vertentes principais e aumentando assim o interesse da simulação formativa e sua notoriedade no mercado de trabalho.

ARTIGO 1: DA INSCRIÇÃO

1. Quem deseje participar no “The Marketing Game” deverá constituir uma equipa de 2 a 3 pessoas, preencher e submeter o formulário de inscrição localizado no endereço: <https://info.ipam.pt/the-marketing-game>
2. A inscrição é gratuita, qualquer que seja o número de participantes que a compõem e é destinada a alunos do 10º, 11º e 12º anos.
3. Para participar no “The Marketing Game” é imprescindível que conste na ficha de inscrição os seguintes dados: nome e email dos participantes. O endereço de correio eletrónico do chefe da equipa (participante 1), deverá possuir uma capacidade de tráfego não inferior a 10 MB, com o intuito de comunicar com a organização durante toda a Competição e assegurar a fiabilidade da mesma. Estes dados serão inseridos numa base de dados confidencial da Organização que servirá para comunicar com todos os indivíduos nela inscritos. Esta base de dados poderá ser, eventualmente, utilizada para fins promocionais de marketing, pelo que os participantes indicarão expressamente a sua concordância. Caso os participantes queiram consultar os seus dados de inscrição, alterar ou anular os seus elementos, deverão comunicar por escrito, via e-mail oficial da competição (themarketinggame@ipam.pt), a sua intenção. Esta competição decorrerá com o devido enquadramento legal relacionado com o RGPD - Regulamento Geral de Proteção de Dados.

ARTIGO 2: DA METODOLOGIA

1. O “The Marketing Game” simula a realidade do mundo do Marketing e dos Negócios, das Empresas e dos Mercados, de forma a que as equipas participantes tomem decisões sobre as variáveis essenciais ao êxito ou fracasso empresarial.
2. O modelo de simulação e a sua parametrização referem-se a produtos de consumo reais e identificados, o que permite incorporar dados e parâmetros realistas. Este pressuposto requer dos participantes um conjunto de decisões e, por se tratar de um exercício de simulação competitivo, os resultados a obter dependem não só das próprias decisões de cada equipa, mas também da estratégia e das decisões de gestão das outras equipas em competição (efeito da concorrência).
3. Cada equipa de participantes denominar-se-á EMPRESA X (= nome fictício). Cada equipa participa nas diferentes fases da competição, num mercado composto por 8 equipas (empresas), incluindo a sua, que se denominará UNIVERSO X. Constituir-se-ão tantos Universos quantos necessários, em função do resultado da divisão do total de equipas (empresas) regularmente inscritas, pelo fator 8. Se a divisão não for perfeita o último universo conterá o número restante de equipas inscritas.
4. O chefe de cada equipa inscrita receberá, imediatamente antes do início da competição, as credenciais (códigos) de acesso à área restrita da plataforma onde decorrerá a competição. Em primeiro lugar deverá descarregar e consultar o Regulamento da Competição. A Organização disponibilizará inicialmente, através da referida plataforma, toda a documentação necessária para que as equipas participantes possam compreender os objetivos, aceder ao simulador remoto e iniciar a sua atuação na competição.
5. Cada empresa (equipa) terá que elaborar, sucessivamente, um Plano de Gestão para o horizonte de um “Ano” de atividade de cada vez, partindo de uma mesma simulação (parâmetros base do mercado) e com os mesmos dados (balanço de partida), fornecidos por igual a todos os participantes no respetivo Universo, no início da competição.
6. Os dados constantes das várias decisões tomadas pelas equipas (empresas) – Planos de Gestão exigidos regulamentarmente - serão submetidas pelas equipas via plataforma da competição, rigorosamente nas datas de Calendário definidas à partida. Os dados depois de processados no simulador, serão disponibilizados aos concorrentes em forma de resultados.
7. Na Fase Inicial, tendo em conta os resultados obtidos em cada momento (Ano) das fases da competição, os participantes devem elaborar um novo Plano de Gestão para um novo “Ano” de atividade, o qual dará origem a novos resultados que seguirão o mesmo processo dos anteriores e, assim, sucessivamente, durante todas as fases da competição até à final.

8. Na Fase Final, às equipas finalistas apuradas será exigido a tomada de decisões sucessivas num curto espaço de tempo.
9. As classificações gerais de todos os Universos em competição serão disponibilizadas na plataforma.

ARTIGO 3: DAS FASES E ETAPAS DA COMPETIÇÃO

A Competição é composta por 2 fases:

1. Fase Inicial:
 - a. Practice Round: 26/02 a 04/03 de 2024 (2 planos de Gestão)
 - b. Fase de Grupos: 07/03 a 19/03 de 2024 (4 planos de Gestão)
 - c. Quartos de Final: 21/03 a 29/03 de 2024 (3 planos de Gestão)
2. Fase Final:
 - a. Semifinal: 01/04 a 12/04 de 2024 (4 planos de Gestão)
 - b. Grande Final: 22/04 a 24/04 de 2024 (3 planos de Gestão)

ARTIGO 4: DOS CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO

1. O sistema de classificação realiza-se em função da pontuação ponderada obtida por cada equipa (empresa) ao longo das decisões anuais simuladas, não sendo nenhuma equipa eliminada, independentemente dos resultados obtidos.
2. Os resultados do desempenho de cada "Empresa" para cada "Ano de atividade" - ao qual corresponde um Plano de Gestão - será determinada utilizando como critério a pontuação ponderada (scores) obtida de acordo com os resultados dos vários parâmetros de gestão e de mercado em apreço segundo uma classificação ordenada pelos critérios técnicos do simulador.
3. Em caso de empate de duas ou mais equipas para a seleção das equipas finalistas e também dos vencedores absolutos da competição, tomar-se-á em consideração para efeitos de desempate:
 - a. A que tiver obtido a mais elevada pontuação (score) na decisão (ano) anterior à última decisão da competição.
 - b. Se persistir o empate, a melhor posição da decisão anterior à mencionada na alínea a, e, assim, sucessivamente.

4. No caso, pouco provável, de persistência do empate, e uma vez aplicados os métodos de desempate anteriormente descritos, em 3., proceder-se-á à adição dos lucros gerados por cada empresa (equipa), e a que apresentar a maior soma dos resultados é apurada.
5. Classificam-se para a Grande Final as equipas que ocupem as 8 primeiras posições, ordenada pelos resultados (scores) acumulados dos primeiros lugares de cada Grupo (Universo) da Competição.

ARTIGO 5: DOS REQUISITOS DE PARTICIPAÇÃO

1. A participação na Competição exige o integral cumprimento dos requisitos regulamentares de inscrição e receção do comunicado confirmatório da sua inscrição definitiva.
2. Ter à sua disposição os equipamentos informáticos necessários para que as equipas possam participar na Competição cujos requisitos mínimos são os seguintes:
 - a. Um computador com ligação à internet;
 - b. Endereço de correio eletrónico válido, com um mínimo de 10MB de capacidade de transmissão;
 - c. Utilizar um dos navegadores: Internet Explorer, Firefox, Safari, Google Chrome;
 - d. Ter a aplicação Java Script e Cookies ativadas no navegador;
 - e. Possuir leitor de documentos PDF (Acrobat Reader, XPDF, KPDF, etc....)

ARTIGO 6: DO CENTRO APOIO E TUTORIA ("MENTORING HUB")

1. O Centro de Apoio e Tutoria ("Mentoring Hub") permanecerá ativo durante todo o período em que decorre a competição. Estará contactável através de um endereço de correio eletrónico (themarketinggame@ipam.pt) para apoio à participação ou esclarecimento

ARTIGO 7: DOS PRÉMIOS

1. Os prémios serão entregues na Cerimónia de Encerramento a 30 de Maio de 2024, às primeiras 3 equipas classificadas:

1.º Prémio Voucher FNAC no valor de 800€
2.º Prémio Voucher FNAC no valor de 500€
3.º Prémio Voucher FNAC no valor de 300€

Nota: O valor do prémio é atribuído à equipa.

Nota: Prémios são válidos na FNAC Portugal, podendo ser apenas utilizados numa das lojas FNAC online ou físicas em Portugal Continental e Ilhas.

2. Todos os elementos das equipas participantes receberão um Diploma de Participação que certifica a sua atuação na competição.

ARTIGO 8: DAS NORMAS

1. Serão recusadas as fichas de inscrição incompletas ou recebidas fora dos prazos estabelecidos.
2. Os participantes estão obrigados a comprovar a sua identidade sempre que a Organização assim o solicitar.
3. Em caso algum a mesma pessoa pode participar em mais do que uma equipa. Fazê-lo pressupõe a sua eliminação imediata da Competição.
4. Os organizadores reservam-se o direito de modificar os procedimentos e as datas previstas, sempre no melhor interesse da competição, e a cancelar a competição por motivos imprevistos e de força maior.
5. Os organizadores não poderão ser responsabilizados por falhas de acesso aos servidores centrais de processamento dos dados ou por quebras na rede ou aos *routers* de acesso informático ou ainda por qualquer outra razão de ordem técnica a que sejam alheios.

6. A participação no "The Marketing Game" pressupõe a aceitação expressa dos participantes das normas regulamentares e do código de conduta, bem como dos critérios técnicos de programação e processamento da Competição. Qualquer violação destes termos implica a eliminação do participante ou da equipa em questão, conforme decisão do Júri da Competição.
7. Os possíveis diferendos e reclamações sobre os resultados obtidos pelas equipas e as suas classificações, assim como qualquer outra questão relacionada com o desenvolvimento da Competição serão decididos soberanamente, por decisão de maioria, pelo Júri da Competição ou em quem ele expressamente delegar poderes para tal, em conformidade com os critérios estabelecidos no articulado do presente Regulamento da Competição.

| ARTIGO 9: DO CÓDIGO DE CONDUTA PARA OS PARTICIPANTES

Exige-se de todos os participantes a prévia e total aceitação de um conjunto de comportamentos designado por Código de Conduta, que a seguir se enumera. O objetivo deste Código é o de identificar e clarificar os comportamentos dos participantes que poderão ser considerados impróprios. Estas normas aplicam-se a cada participante, sem exceção, os quais devem:

1. Acatar as normas e bases regulamentares da competição e aceitar as decisões tomadas pela Organização incluindo o Júri da Competição.
2. Respeitar os outros participantes e todos os elementos da Organização, exibindo o decoro necessário a um evento desta natureza.
3. Serão consideradas violações a este código: tentativas e fraudes processuais de manipulação e obtenção de informação e dados, linguagem abusiva, falta de respeito para com os outros participantes e Júri, pessoal, voluntários e demais elementos da Organização, e quaisquer outras condutas que se considerem lesar os interesses e o bom funcionamento da Competição.
4. Aceitar com dignidade a eliminação justificada, em qualquer das fases da competição.
5. Se durante a Fase Final, ocorrer qualquer violação a este código os participantes deverão corrigir de imediato o seu comportamento em conformidade com as regras e bases processuais estabelecidas. A primeira violação do presente código poderá ser sancionada por uma chamada de atenção ou por eliminação conforme decisão do Júri da Competição, ou em quem ele delegar poderes para tal. A segunda violação do código provocará a eliminação imediata sem possibilidade de recurso dos participantes.
6. O Júri da Competição será a autoridade final em todas as questões regulamentares, processuais e disciplinares.

ARTIGO 10: DAS VIOLAÇÕES DA COMPETIÇÃO

Na eventualidade de uma violação durante a Competição, o participante deve corrigir essa situação cumprindo de imediato com o Regulamento da Competição.

ARTIGO 11: DAS PENALIZAÇÕES

A primeira infração às regras do Regulamento da Competição poderá resultar numa advertência ou numa eliminação. Uma segunda infração terá como resultado a eliminação imediata do participante

ARTIGO 12: DAS AÇÕES DISCIPLINARES

O júri da Competição será a autoridade final em matéria disciplinar.

ARTIGO 13: DO CALENDÁRIO, DATA E HORAS OFICIAIS

1. O Calendário da Competição indica as datas de início e termo de cada Fase da Competição e descreve os métodos operacionais de receção e processamento da documentação requerida aos participantes (Planos de Gestão) e de acesso aos resultados obtidos.
2. O Calendário da Competição é um guia de base das datas e prazos da Competição, ressaltando-se as variações de prazos de entrega e receção de resultados de cada Universo de Competição. O calendário final será entregue pela Organização antes do início da mesma. A competição inicia-se a 26 de Fevereiro de 2024 e termina a 24 de Abril de 2024.
3. A Hora Oficial de toda a competição é a GMT.

ARTIGO 14: DA RECEPÇÃO DE DECISÕES

As decisões (Planos de Gestão Anuais) devem ser submetidas informaticamente até às 23:59 do dia de calendário indicado. Não serão aceites atrasos. A Organização não é responsável pelos erros formais e atrasos provocados por condições às quais seja alheia.

ARTIGO 15: DA PUBLICAÇÃO AOS RESULTADOS

Para todas as Fases e momentos da competição as equipas serão informadas pelos organizadores dos horários previstos para a divulgação dos resultados, nos meios de comunicação a anunciar.

ARTIGO 16: DA FINAL

Grande Final realiza-se entre os dias 22 a 24 de Abril de 2024.

ARTIGO 17: DO JÚRI DA COMPETIÇÃO

O Júri da Competição será constituído por três personalidades do mundo empresarial e académico, previamente convidadas pela organização, e decidirá sobre a aplicação das normas regulamentares e validará todas as decisões sobre os resultados, decidindo irrevogavelmente sobre eventuais dúvidas e incidentes durante todo o decorrer da Competição.

ARTIGO 18: DA ORGANIZAÇÃO

A estrutura da organização é composta por:

1 Diretor da Competição (Master), Professor do IPAM, que terá a função de gestão e coordenação da competição e apoio científico-académico.

2 Mentores do Centro de Apoio e Tutoria ("Mentoring Hub") que estará disponível para dar suporte na utilização do simulador.

ARTIGO 19: DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

A participação no “The Marketing Game” pressupõe dos participantes a aceitação expressa deste Regulamento e do seu articulado normativo, assim como dos critérios técnicos e metodológicos subjacentes.

Sobre os eventuais casos de dúvida e de situações omissas, assim como sobre qualquer outra questão relacionada com o decorrer da competição, serão apreciadas e decididas, de modo inapelável, pelo Júri da Competição.

The Marketing Game

ipam Marketing
Leads
Business
