

## REGOLAMENTO

Ogni partecipante al Premio Marketing per l'Università SIM ("Premio") dovrà rispettare, a pena di esclusione, tutte le norme del presente Regolamento.

### 1) Requisiti dei partecipanti

- 1.1) L'edizione 2023 è riservata agli studenti universitari (italiani o stranieri) di tutti i corsi di laurea, triennali e specialistici, delle Università dell'Unione Europea; è ammessa la partecipazione anche ai neo-laureati da non più di un anno (ovvero a partire da giugno 2022).
- 1.2) La partecipazione al Premio è aperta a concorrenti singoli o a squadre formate al massimo da tre componenti. Sono ammesse anche squadre miste composte da studenti di Università/Facoltà e/o sedi diverse. Ogni squadra dovrà obbligatoriamente scegliere un caposquadra iscritto presso un'Università italiana.
- 1.3) La partecipazione al Premio è gratuita.
- 1.4) È richiesta una buona conoscenza dell'inglese.

### 2) Modalità di partecipazione e consegna o invio degli elaborati

- 2.1) Ogni squadra dovrà inviare il proprio elaborato (redatto nel rispetto delle regole previste nel successivo punto 4) a partire dal **1 ottobre 2022** e non oltre il **12 giugno 2023** (caricando lo stesso sull'apposita sezione del sito web del Premio ([www.premiomarketing.com](http://www.premiomarketing.com)) alla sezione "Il caso", sottosezione "Partecipa al Premio". **Il caso deve essere caricato in formato .pdf e non deve avere una dimensione superiore a 20 Mb.**
- 2.2) Ogni squadra, quando caricherà l'elaborato sul sito del Premio, dovrà obbligatoriamente compilare anche il modulo online con l'indicazione dei dati personali e fornire il consenso al trattamento degli stessi (c.d. privacy), spuntando l'apposita casella.
- 2.3) Nel caso si riscontri un errore di battitura successivo all'inserimento dei dati personali sul modulo online, non bisognerà procedere ad un nuovo inserimento, ma bisognerà contattare la Segreteria Organizzativa del Premio all'indirizzo [premiomarketing@simktg.it](mailto:premiomarketing@simktg.it). In ogni caso, non sarà possibile aggiungere o rimuovere componenti dalle squadre già registrate, né sostituire o modificare gli elaborati già inviati. Ciascuna squadra potrà partecipare con un solo elaborato, nel caso in cui una squadra invii due o più elaborati, ai fini della competizione verrà preso in esame solo l'elaborato inviato per ultimo.

### 3) Oggetto degli elaborati

- 3.1) I partecipanti dovranno elaborare progetti e studi al fine di risolvere un caso aziendale che quest'anno è svolto in collaborazione con "Rinaldi Group" e riguarda la predisposizione di un piano di marketing relativo ai brand dell'azienda ("Caso").

### 4) Caratteristiche e utilizzo degli elaborati

- 4.1) Ciascun elaborato dovrà:
  - 4.1.1) Illustrare il piano marketing per la soluzione dell'obiettivo, in un numero massimo di **20 pagine** (formato A4, massimo 35 righe per pagina) compresi gli eventuali allegati. Il piano dovrà essere presentato esclusivamente in forma digitale (.pdf) e trasmesso secondo le modalità indicate al precedente punto 2). Il piano dovrà essere redatto in lingua italiana o in lingua inglese.
  - 4.1.2) Specificare tutte le fonti esterne di informazione utilizzate per la sua realizzazione; per utilizzare i dati forniti direttamente da aziende o istituti di ricerca (non inclusi nel materiale fornito dal Premio) è obbligatorio indicare il nome della persona che li ha resi disponibili. **Salvo quando diversamente indicato nel caso, non è consentito richiedere informazioni all'azienda/organizzazione/ente oggetto del caso;**
  - 4.1.3) **Essere assolutamente anonimo; non dovrà pertanto riportare al suo interno** alcuna indicazione circa gli autori e la loro università di appartenenza al fine di consentire una valutazione totalmente obiettiva e anonima del lavoro (nomi dei partecipanti, Università di appartenenza e altri riferimenti ai componenti della squadra dovranno essere forniti unicamente compilando il modulo online di partecipazione), **pena l'esclusione della squadra.**

- 4.2) Ciascun concorrente garantisce che l'elaborato è stato sviluppato autonomamente (o dal gruppo di appartenenza), in modo lecito, tramite scritti, informazioni e dati raccolti e utilizzati nel rispetto delle vigenti normative. In particolare, il concorrente garantisce che l'elaborato non è coperto da diritti di proprietà intellettuale di terzi. A tal riguardo, ogni concorrente si impegna comunque a manlevare e tenere indenne Società Italiana di Marketing dalle conseguenze di ogni responsabilità derivante da richieste, ivi incluse eventuali azioni legali, avanzate da terzi o derivanti da violazione delle applicabili normative.
- 4.3) Partecipando al Premio ciascun concorrente cede alla Società Italiana di Marketing (ove necessario) ogni eventuale diritto di utilizzazione economica dell'elaborato, senza limiti e in tutto il mondo. In particolare, il concorrente, con riferimento al proprio elaborato, cede il diritto di pubblicare in esclusiva, utilizzare economicamente in ogni forma e modo originale o derivato, riprodurre con qualsiasi mezzo, tradurre in altra/e lingua/e, modificare, elaborare, integrare, trasformare in parte o nel suo complesso.
- 4.4) Gli elaborati sviluppati in modo non conforme alle condizioni previste dal Regolamento non saranno ritenuti validi e saranno quindi automaticamente esclusi. Qualora tali elaborati, pur essendo non conformi, siano stati premiati, la Segreteria Organizzativa potrà revocare il premio. Gli elaborati consegnati non saranno restituiti.

#### **5) Casi di esclusione**

- 5.1) Non sono ammessi gli iscritti a corsi di formazione, master post-laurea o post-diploma (né singolarmente, né in squadra con universitari) e dottorati di ricerca, né componenti delle squadre classificate al primo posto in una delle precedenti edizioni del Premio.
- 5.2) Non è ammessa la partecipazione di studenti che, a vario titolo, svolgano attività lavorativa nelle aree del marketing e della comunicazione aziendale.
- 5.3) La presenza in una squadra di un componente che rientri nei casi sopra citati comporterà l'esclusione dell'intera squadra.

#### **6) Giuria**

- 6.1) La Giuria si riserva, qualora lo ritenga opportuno, di non assegnare uno o più premi ovvero di designare un premio ex aequo. Il giudizio della Giuria e la conseguente classifica finale dei vincitori sono assolutamente insindacabili.

#### **7) Legge applicabile e foro competente**

- 7.1) Per quanto non sia previsto dal presente Regolamento, si applicheranno le leggi della Repubblica Italiana. Ogni e qualsiasi controversia relativa o in qualunque modo connessa al presente Regolamento sarà di competenza esclusiva del Foro di Pisa.