

REGOLAMENTO

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

1) Requisiti dei partecipanti

- 1.1) L'edizione 2010 è riservata agli studenti universitari (italiani o stranieri) di tutti i corsi di laurea, triennali e specialistici, delle Università italiane; è ammessa la partecipazione anche ai neo-laureati da non più di un anno (ovvero a partire da maggio 2009). I partecipanti non dovranno essere inseriti nella realtà lavorativa e dovranno avere un'età massima di 29 anni (data di nascita non anteriore al 1° gennaio 1981).
- 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 consegnare o inviare **in duplice copia** per posta entro il **31 maggio 2010** il proprio elaborato (redatto nel rispetto delle regole previste nel successivo punto 4) alla Segreteria Organizzativa completo dei moduli di cui ai punti successivi.
- 2.2) L'elaborato cartaceo dovrà essere accompagnato dal modulo di partecipazione (che può essere scaricato direttamente dal sito www.premiomarketing.com), uno per ogni componente della squadra, compilato in tutte le sue parti e sottoscritto da ciascuno dei partecipanti; nel modulo di partecipazione dovrà essere chiaramente indicata la qualifica di "caposquadra" o di "componente della squadra" (nel caso non fossero disponibili copie del modulo di partecipazione in numero sufficiente sono ammesse fotocopie).
- 2.3) Per garantire l'integrità e la sicurezza dei dati non sarà possibile modificare i dati anagrafici inseriti nei moduli già inviati. Nel caso si riscontri un errore di battitura nella compilazione di un modulo già inviato sarà possibile contattare la Segreteria Organizzativa del Premio all'indirizzo 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.
- 2.4) L'elaborato cartaceo dovrà essere spedito **in duplice copia** insieme con i moduli di partecipazione compilati da tutti i partecipanti tramite raccomandata con ricevuta di ritorno entro il **31 maggio 2010**. Farà fede il timbro postale o il documento di trasporto. In ogni caso non saranno presi in considerazione gli elaborati pervenuti a mezzo posta oltre il **16 giugno 2010**.
L'elaborato dovrà essere spedito o inviato a: *Premio Marketing, Società Italiana di Marketing, c/o Facoltà di Economia - Area Marketing - Università degli Studi di Parma Via J.F.Kennedy 6, 43100 Parma.*

3) Oggetto degli elaborati

- 3.1) I partecipanti dovranno elaborare progetti e studi al fine di risolvere un caso aziendale che quest'anno riguarda il FAI ("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 cartacea: non sono ammessi floppy disc, CD, videocassette, audiocassette, o altri supporti informatici;
 - 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. **Non è consentito, in nessun caso, richiedere informazioni al FAI;**
 - 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 riportati unicamente sui moduli 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 il FAI e la 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 classificatesi al primo posto in una delle precedenti edizioni del Premio.
- 5.2) Non sono ammessi gli studenti inseriti a qualsiasi titolo nella realtà lavorativa, eccezion fatta per il periodo di stage o tirocinio esplicitamente previsto dal programma di studi universitari.
- 5.3) La partecipazione al Premio è preclusa a figli e parenti di dipendenti del FAI.

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.