

**«The Best Online Ambassadors of ALMATY»
SMM жобасы байқауы туралы
ЕРЕЖЕ
(студенттер үшін)**

Алматы, 2019

Мазмұны

Құжат паспорты	3
Келісу парағы	4
1. Жалпы ережелер	6
2. Байқауды ұйымдастыру.....	7
3. Байқауды өткізу тәртібі.....	7
4. Байқауға ұсынылған жұмыстарға қойылатын талаптар	8
5. Жеңімпаздарды марапаттау.....	9
6. Авторлық құқық және байқау материалдарын ары қарай қолдану	9
7. Ұйымдастырушылық комитет	10
8. Байқау туралы Ережені сақтау және бақылау.....	11
9. Қорытынды ережелер.....	11
Қосымшалар.....	12

Құжат паспорты

Құжаттың атауы:

Қысқаша сипаттамасы:

Тақырып:

Мәртебесі:

Бекіту мерзімі:

Әрекетін аяқтау мерзімі:

Байқау мерзімі:

Байқауды ұйымдастыруға жауапты:

Ереже

«Нархоз Университеті» АҚ-да SMM жобаларының байқауын (студенттер үшін) ұйымдастыру және өткізудің ережелерін белгілейді

Құжатпен қамтамасыз ету

Әрекет етуші

24. 02. 2019ж.

Жоққа шығарғанға дейін

«Маркетинг» кафедрасы

Келісу парағы

Академиялық қызмет жөніндегі
проректор, э.ғ.д., профессор



Умирзаков С.Б.

Стратегиялық даму және халықаралық
істің проректоры



Цай В.М.

Әкімшілік қызметтер бойынша
проректор, PhD



Аменова К.А.

Заң бөлімінің бастығы



Мулдашева А.А.

Келісу парағы

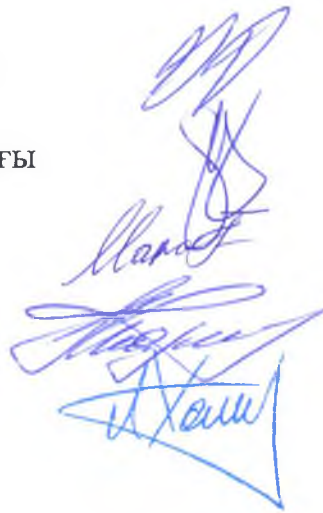
Нархоз Бизнес мектебінің деканы

Маркетинг Басқармасының Бастығы

Студенттер ісі жөніндегі декан

Мансап Орталығының бастығы

«MOST» бизнес-инкубаторының
директоры, PhD



Данн Г.

Махкамбаев Д.А.

Шаяхмет Д.О.

Муханова Г.К.

Хамитов А.



Бекітемін

«Нархоз Университеті» АҚ Ректоры,
PhD, профессор

Эндрю Вахтель

« 27 » 02 2019 ж.

1. Жалпы ережелер

Осы Ереже «The Best Online Ambassadors of ALMATY» атты үздік SMM жобасы конкурсын жүргізу тәртібін анықтайды.

Конкурстың миссиясы – студенттердің ғылыми-зерттеу және оқу-танымдық қызметін ынталандыру.

Байқаудың мақсаты – дарынды және талантты студенттерді анықтау, оларды қолдау.

Конкурстың міндеттері:

- туристерді тарту көзі ретінде Алматы қаласы брендин басқару мәселелерін шешуге студенттерді тарту;

- бизнес, ғылым және білім арасындағы байланыстарды құру және нығайту.

«The Best Online Ambassadors of ALMATY SMM жобасы байқауы Алматы қ. (оның ішінде Алматы облысы) брендин (city branding) әлеуметтік желілерде жылжытуға бағытталған. Байқау шеңберінде қатысушылар Алматы қ. брендин дамыту бойынша таңдалған концептке сәйкес келесі корсетілген нысандардың кез-келгенінде фотосуреттер немесе бейнелер портфолиосын жасай отырып жылжытудың **SMM стратегиясын әзірлеуі** керек:

➤ табиғи объектілер (мысалы, Медеу мұз айдыны, Шымбұлақ шаңғы курорты, Кок-Төбе саябағы, Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті атындағы саябақ, Үлкен Алматы көлі және т.б.);

➤ тарихи-мәдени көрікті жерлер (мысалы, қазақ халық музыкалық аспаптарының мұражайы, Ахмет Байтұрсыновтың үй-мұражайы, Вознесенский соборы және т.б.);

➤ қала қонақтарын орналастыру орындары (жоғары сыныпты қонақ үйлер, жатақханалар, пансионаттар және т.б.);

➤ қоғамдық тамақтандыру объектілері («Абай», «Алаша» мейрамханалары, «Тандыр» музей мейрамханасы және т.б.);

➤ ұлттық және мәдени іс-шаралар:

– салт-дәстүрлер (Наурыз мейрамы, қазақ тойы, аңшылық құстармен аң аулау және т.б.);

– халық қолөнері («Qazaq-Oper» шеберлері орталығы, киіз жасау/киіз өндірісі, ағаш, құрақ көрпе, ағаш кесу және т.б.);

- қаланың көпұлттылығы – көпұлттылық және көп конфессиялық.
- әсер ету маркетингі индустриясы (білім, ойын-сауық, эстетикалық әсер және т.б.).

Сонымен қатар қатысушылар «city branding» жүйесінің стратегиялық мақсаттарына қол жеткізуге көмектесетін көрнекі жерді көру және оның тартымдылығын арттыруды негіздеуге қатысты кез келген қосымша элемент қоса алады (тарихты баяндау, аңыздар, мифтер, маршрут картасы). Жасалған жинақтың маңызды элементі – контекстінің бүтіндігі және оның Алматы қ. көргісі келетін туристердің көп санын тартуға бағытталуы.

2. Байқауды ұйымдастыру

Байқауды Алматы қаласы Қазақстан туристік қауымдастығы (ҚТҚ), Қазақстан қонақ үйлер және мейрамханалар қауымдастығы (ҚҚЖМК), Туристік ақпараттық орталық (ТАО) және MOST инкубаторының қолдауымен Нархоз Университетінің «Маркетинг» кафедрасы ұйымдастырады. Конкурстың ұйымдастыру комитетіне ұйымдастырушылардың және бас демеушілердің өкілдері кіреді.

Бұл байқау Қазақстанның жоғары оқу орындарының барлық мүдделі студенттері үшін ашық конкурс болып табылады. Ашық конкурсқа Алматы қаласының брендин (оның ішінде Алматы облысын) жылжыту бойынша SMM стратегияны қамтитын өзіндік әзірленген жобалар ұсынылады. Конкурсқа жеке және ұжымдық жоба жұмыстары ұсынылуы мүмкін (3 адамға дейін).

Жобалау жұмыстарының бағыттары өзекті және Алматы қ. брендин туристік нарықта басқарудың жалпы мәселелерінің бір бөліміне (танымдық, спорттық, экологиялық, рекреациялық, жағдайлық, іскерлік туризм (MICE) және т.б.) қатысты болуы керек.

Ұйымдастыру комитеті конкурстық жобалар критерийлері бойынша сараптама жасайтын және жеңімпаздар мен номинациялар бойынша жүлдегерлерді анықтайтын тәуелсіз қазылар алқасын қалыптастырады. Қатысушылардың SMM жобаларын бағалаудың объективтілігіне Конкурсның ұйымдастыру комитеті кепілдік береді.

Конкурс туралы барлық ақпарат Нархоз Университетінің, ҚТА, ҚҚЖМА әлеуметтік желідегі ресми парақшаларында орналастырылады.

3. Байқауды өткізу тәртібі

Байқау екі турдан тұрады:

Бірінші тур – SMM жобаларының байқауына қатысу туралы citybranding.narhoz.kz сайттағы online-форматта өтініштер қабылдау. Өтініштерді қабылдау конкурс жарияланған сәттен бастап 2019 жылдың 1 сәуіріне дейін жалғасады. Өтініш нысаны А қосымшасында келтірілген.

Байқау жұмыстарын орындау және тапсыру 2019 жылдың 3 сәуірге дейін.

Сырттай таңдау туры – тәуелсіз сарапшылар комиссиясының жобаның осы Ережеде баяндалған байқау талаптарына сәйкестігін бағалауы. SMM жобалары жұмысын сараптау 2019 жылдың 4-7 сәуірі аралығында жүргізіледі. Жобаларды бағалау нәтижесінде тәуелсіз сараптау комиссиясы екінші турға өтетін жобаларды таңдайды.

Екінші тур – SMM жобаларын ашық таныстыру және қорғау 2019 жылдың 9-14 сәуірі аралығында жүзеге асады, бағалау критерийлерге сай 100 баллдық бағалау жүйесі бойынша жүргізіледі (Б қосымшасы). SMM жобаларын жариялаудың күні мен уақыты туралы ақпарат іріктеу кезеңінен өткен байқауға қатысушыларға жіберіледі. Байқауды өткізудің болжамды күні – 2019 жылдың 13 сәуірі.

Байқау қорытындысы бойынша жеңімпаздар мен номинациялар бойынша жүлдегерлер анықталады.

4. Байқауға ұсынылған жұмыстарға қойылатын талаптар

Ашық конкурсқа мемлекеттік, орыс немесе ағылшын тілдерінде жасалған жобалар жіберіледі.

Конкурстық жоба Алматы қаласы брендин жылжытудың келесі бөлімдерден тұратын SMM стратегиясы тұжырымдамасын қамтуы тиіс:

➤ әлеуметтік желідегі брендтің ағымдағы жағдайын бағалау (жазылушылар саны, белсенділігі, контенттің өзектілігі және сапасы, хештегтер бойынша талдау жасау ұсынылады);

➤ брендтің «сатып алушылары» – туристердің мақсатты аудиториясын зерттеу;

➤ бәсекелестердің (қалалар, басқа да туристік объектілер) мықты және әлсіз жақтарын, белсенділігін талдау;

➤ мәліметтер жинау және болжам құру, SWOT-талдау және күш-жігер салатын «нүктені» іздеу;

➤ болжам жасау, жылжыту құралын таңдау, іс-шаралар/әрекеттер жоспарын құру;

➤ бірегей тауарлық ұсыныс (UTP) қалыптастыру, жобаны жүзеге асыру бойынша шығармашылық идея дайындау, әлеуметтік желіде болу форматын анықтау, жылжыту үрдісіне мониторинг жасау.

Конкурстық жұмыстың құрылымдық элементтері:

- титулдық бет (мекеменің атауы, жобаның атауы, қатысушылардың аты-жөні, ғылыми жетекші, курсы);

- мазмұны (презентация бөлімдерінің атауы);

- кіріспе (тақырыптың өзектілігін негіздеу, мәселені тұжырымдау, мақсаттар мен міндеттер, жұмыс гипотезасын құру);

- негізгі бөлімі (Алматы қ. брендин жылжытудың SMM стратегиясын сипаттау);

- қорытынды (жобаның негізгі бөлімдерін жалпылау, қорытындылар мен ұсынымдар);
 - қолданылған әдебиет көздер тізімі;
 - қосымшалар.
- Жобаның тұсаукесері (презентациясы) 10 слайдтан аспауы тиіс.

5. Жеңімпаздарды марапаттау

Марапаттау туралы қорытындыны әділ қазылар алқасының ұсынуы бойынша Конкурстың ұйымдастыру комитеті жасайды. Жеңімпаздар (бірінші, екінші және үшінші орындарды иеленгендер) және олардың ғылыми жетекшілері жеңімпаз дипломдарымен және бағалы сыйлықтармен марапатталады. Әр түрлі номинациялар бойынша демеушілерден сыйлықтар қарастырылған.

Байқау қорытындысы бойынша үздік жобалар «Нархоз» университетінің, ҚТА, ҚҚЖМА сайттарында орналастырылады, ал жеңімпаздар 2019 жылдың 19-20 сәуірінде Нархоз университетінде өтетін «Туризмдегі – қонақжайлылық индустриясындағы – ивенттегі (TOURISM–HOSPITALITY–EVENTS) инновациялар, технологиялар және тенденциялар» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның секциясында жобалардың тұсаукесеріне шақырылады.

Шығындардың төленуі: конкурсқа қатысу (жол жүру, тұру) жіберуші тараптан қаржыландырылады.

6. Авторлық құқық және байқау материалдарын ары қарай қолдану

Байқау қатысушыларының (құқық иелері) жобалық жұмыстары қайтарылмайды және Байқауды ұйымдастырушыларға – Құқықты алушыларға өтеді. Құқық иелері Құқықты алушыларға Жоба жұмыстарына (ары қарай объект) оны басып шығару, ары қарай қолдануды шектемей мүліктік құқықты береді.

Құқықты алушы жоба жұмыстарын қолдануды жүзеге асыруы үшін Құқық иелері келесі құқықтарды береді:

а) Объектіні Қазақстан Республикасы шеңберінде және Республикадан тыс аймақтарда шектеусіз басылыммен басып шығару, кез келген ақпарат тарату құралдарымен кез келген тәсілмен тарату, қолдану құқығы;

б) Құқық иелерінің келісімімен оған өзгерістер енгізу, қайта өңдеу, жетілдіру құқығы;

в) кез келген тілге аудару құқығы;

г) ғылым туындысын көпшілік алдында қолдану, ақпараттық, жарнамалық мақсаттарда көрсету құқығы;

д) жобаға «Нархоз Университеті» Акционерлік қоғамының ерекше құқығын Қазақстан Республикасының әділет Министрлігінің интеллектуалды

меншік құқықтары бойынша Комитетінде (ары қарай Комитет) мемлекеттік тіркеу құқығы.

Объектіге авторлық құқықты беру 5 (бес) жыл уақыт мерзіміне белгіленеді және әлемнің барлық елдері территориясында күші бар.

Объектінің қағаз, электронды барлық көшірмелері Құқықты алушының авторлық құқығы туралы ақпаратты (© «*жобаның атауы*» «Нархоз Университеті» Акционерлік қоғамы, 2019 ж. (Алматы қ., Қазақстан Республикасы) және объектіге толық библиографиялық сілтемені қамтуы керек.

Жобалық жұмысты Құқықты алушыға тапсырған сәттен бастап Құқықты алушы құқықты басқа жеке және заңды тұлғаларға еркін беру құқығына ие болады, ал Құқық иелері келесілерге міндетті:

- электрондыны қоса есептегенде, басқа көшірмелерді басып шығарып дайындамауға;

- басып шығармауға;

- Объектіні сатпау, электронды пошта арқылы жаппай жөнелтпеуге;

- жалпының қол жетімді серверге орналастырмауға;

- көпшілік алдында қолданбау, ақпараттық, жарнамалық мақсаттарда көрсетпеуге;

- құқық алушының жазбаша рұқсатынсыз өз бетінше қолданбауға, Қазақстан Республикасы және одан тыс аймақтарда үшінші тұлғаларға қолдану құқығын бермеуге.

Құқық иеленушілер Объектінің бұрын жарияланбағандығына және Құқық алушы жариялағаннан кейін басқа жерде жарияланбайтындығына, сонымен қатар оны жариялаудың ерекше құқығының басқа жеке және заңды тұлғаларға берілмейтінінекепілдік береді.

Құқық иеленушілер Объектінің Құқық иеленушілердің меншікті жұмысы болып табылатын түпнұсқа екендігіне, басқа Құқық иеленушінің қандай да бір жұмысының көшірмесі емес екеніне, үшінші тараптың құқығынан бос екеніне және дау туғызатын зат еместігіне кепілдік береді.

Құқық иеленушілер оздерінің жобалық жұмыстарында қолданылған, авторлық құқықпен қорғалған материалдар үшін қажет рұқсаттың алынғанына кепілдік береді.

7. Ұйымдастырушылық комитет

Ұйымдастырушылар:

Байқауға жауапты тұлға:

– Дюсембекова Жанар Маратовна, «Маркетинг» кафедрасының доценті, э.ғ.к., zhanar.dyussebekova@narhoz.kz

Байқауды үйлестірушілер:

– Байжаксынова Гульшат Касымхановна, «Маркетинг» кафедрасының доценті, э.ғ.к., gulshat.baizhaksynova@narhoz.kz

– Нурахова Ботагоз Жанабаевна, «Маркетинг» кафедрасының аға оқытушысы, botagoz.nurakhova@narxoz.kz.

Байқауды ұйымдастыру және өткізу бойынша қосымша ақпарат келесі телефондар бойынша: 8 (727) 377-20-91, 8 (727) 377-11-43 – «Маркетинг» кафедрасы

Өтініштерді тіркеу келесі сайтта жүргізіледі: **citybranding.narxoz.kz**.

Байқауды өткізу мекен-жайы: «Нархоз Университеті» АҚ, Қазақстан Республикасы, Алматы қ., Жандосов көшесі 55, индекс 050035.

8. Байқау туралы Ережені сақтау және бақылау

Ереженің барлық түпнұсқалары Канцелярияда сақталады.

Бекітілген Ереже Нархоз Университетінің citybranding.narxoz.kz сайтында орналастырылады, байқауға қатысуға қызығушылық танытқан барлық қатысушылар үшін қол жетімді болып табылады.

9. Қорытынды ережелер

Бұл Ережені Нархоз Университетінің Ректоры бекітеді.

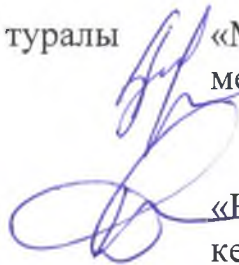
Бұл Ереженің әрекет ету мерзімі – байқауды өткізу кезеңі. Байқауды өткізуге жауапты тұлға – «Маркетинг» кафедрасының доценті, э.ғ.к. Дюсембекова Ж.М.

Өзірлеген:



«Маркетинг» кафедрасының доценті,
э.ғ.к. Ж.М. Дюсембекова

Құжаттың тексерілгені туралы
белгі:



«Маркетинг» кафедрасының
меңгерушісі, PhD, доцент Н. Азиз

«Нархоз Университеті» АҚ
кеңсе бастығы, Г.Н. Даниярова

**«The Best Online Ambassadors of ALMATY»
SMM жобаларының байқауына қатысуға өтініш**

№	Жобаға қатысушылар туралы ақпарат	
1	Жоба қатысушысының аты-жөні	1 2 3
2	Топ атауы	
3	Университет, мамандық, курс	
4	Электрондық пошта	
5	Байланыс телефоны	
6	Қатысу тілі	

№	Ғылыми жетекші туралы мәліметтер	
1	Тегі Аты Әкесінің аты	
2	Жұмыс орны	
3	Позициясы	
4	Дәрежесі	
5	Электрондық пошта	
6	Байланыс телефоны	

Конкурстық жұмыстарды бағалау критерийлері

№	Конкурстық жұмыстарды бағалау критерийлері	Ең жоғары ұпай
1	Жоба бағытталған мақсатты аудитория және туризмнің түрі (танымдық, спорттық, экологиялық, рекреациялық, жағдайлық туризм, іскерлік (MICE) және т.б.), зерттеу тақырыбының өзектілігі	10
2	Әлеуметтік желілерде жылжыту үшін қолданылатын технологиялар және оларды таңдаудың негізделу дәрежесі (Ads Manager, Google Adwords, Yandex Direct, My Target және т.б.)	10
3	Әлеуметтік желілерде жылжытудың контент-жоспары (жобаны әзірлеу және енгізу үрдісінің кезеңдерін сипаттау)	10
4	Жобаны әзірлеу бюджеті (жұмыс түрлері-жұмсалған уақыт, қызметтің құны) және күтілетін нәтижелер туралы болжам	10
5	Шығармашылық (ұсыныстың (оффердің) сапасы, енгізу, шығармашылық, суреттер, видеобейнелеу)	20
6	Әзірленген материалдарды ұсыну сапасы - әлеуметтік желілердегі жылжыту парақтары (контенттің мазмұны)	20
7	Туристік индустриямен байланысы, туристік нарық субъектілерінің маркетингтік қызметінде жобалық жұмыстың нәтижелерін енгізудің (қолданудың) практикалық маңызы мен дәрежесі, Алматы қ.ішкі және сыртқы туризмді дамытуға қосқан үлесі	20

ПОЛОЖЕНИЕ
о конкурсе проектов SMM
«The Best Online Ambassadors of ALMATY»
(для студентоB)

Оглавление

Паспорт документа	3
Лист согласования	4
1. Общие положения	6
2. Организация конкурса.....	7
3. Порядок проведения конкурса.....	7
4. Требования к предъявляемым на конкурс проектам.....	8
5. Подведение итогов и награждение победителей	9
6. Авторские права и дальнейшее использование конкурсных материалов.	9
7. Организационный комитет	10
8. Хранение и контроль.....	11
9. Заключительные положения.....	11
Приложения.....	12

Паспорт документа

Наименование документа:	Положение
Краткое описание:	Устанавливают правила организации и проведения конкурса SMM проектов (для учащихся общеобразовательных учреждений) в АО «Университет Нархоз»
Тема:	Документационное обеспечение
Статус:	Действующий
Дата утверждения:	
Дата завершения действия:	До момента отмены
Дата аудита:	
Ответственный за проведение конкурса:	Кафедра «Маркетинг»

Лист согласования

Проректор по академической
деятельности, д.э.н., профессор

Умирзаков С.Ы. 

Проректор по стратегическому развитию и
международной деятельности

Цай В.М. 

Проректор по административной работе,
PhD

Аменова К.А. 

Начальник юридического отдела

Мулдашева А.А. 

Согласовано:

Декан Бизнес школы

Г. Данн 

Начальник Управления
маркетинга

Д.А. Макханбаев 

Декан по работе со
студентами

Д.О. Шаяхмет 

Начальник Центра Карьеры

Г.К. Муханова 

Директор бизнес-инкубатора
«MOST», PhD

А.Хамитов 

Ответственное лицо за
конкурс,
к.э.н., доцент кафедры
«Маркетинг»

Ж.М. Дюсембекова 



Утверждаю

Ректор АО «Университет Нархоз»,

PhD, профессор

Эндрю Вахтель

« 27 » 02 2019 г.

1. Общие положения

Настоящее Положение определяет порядок проведения конкурса на лучший проект SMM «The Best Online Ambassadors of ALMATY».

Миссия конкурса – стимулирование научно-исследовательской и учебно-познавательной деятельности студентов.

Цель конкурса – выявление и поддержка наиболее талантливой и одаренной студенческой молодежи.

Задачи конкурса:

– привлечение студентов к решению проблем управления брендом г.Алматы как источника привлечения туристов;

– создание и укрепление связи между бизнесом, наукой и образованием.

Конкурс проектов SMM «The Best Online Ambassadors of ALMATY», направлен на продвижение в социальных сетях бренда (city branding) г.Алматы(в том числе Алматинской области). В рамках конкурса участникам следует разработать **SMM стратегию продвижения** в соответствии с выбранным концептом развития бренда г. Алматы, создав портфолио фотографий и/или видеороликов по любому из нижеследующих объектов:

➤ природные объекты (например, комплекс «Медео», горнолыжный курорт «Шымбулак», парк «Кок Тобе», парк им. Первого Президента Республики Казахстан, Большое Алматинское озеро и др.);

➤ исторические и современные достопримечательности (например, музей казахских народных музыкальных инструментов, дом-музей Ахмета Байтурсынова, Вознесенский кафедральный собор и др.);

➤ средства размещения гостей города (отели высокой категории, хостелы, гостевые дома, мотели и др.);

➤ объекты питания (рестораны «Абай», «Алаша», ресторан-музей «Тандыр» и др.);

➤ национальные и культурные мероприятия/события/особенности:

- обычаи и традиции (Наурыз мейрамы, казахская свадьба, охота с ловчими птицами и т.п.);

- народные промыслы (Центр ремесленников Qazaq-Oner, войлочное производство, кұрақ көрпе, резьба по дереву и т.п.);

- эклектичность города – многонациональность и многоконфессиональность;

➤ индустрия маркетинга впечатлений (обучающие, развлекательные, эстетические впечатления и др.).

Также участники могут добавить любой дополнительный элемент (изложение истории, легенды, мифа, карты маршрута и др.) помогающий в достижении стратегических целей системы «city branding» в части обоснования необходимости посещения достопримечательности и повышения привлекательности к нему. Важным элементом сделанной подборки должна стать целостность контекста и направленность его на привлечение большего числа туристов, желающих посетить г. Алматы.

2. Организация конкурса

Организатором конкурса является кафедра «Маркетинг» Университета Нархоз при поддержке Казахстанской туристской ассоциации (КТА), Казахстанской ассоциации гостиниц и ресторанов (КАГиР), Туристский информационный центр (ТИЦ) г. Алматы, бизнес-инкубатора «MOST», Управления рекламы и внутренних коммуникаций и бизнес школы, деканата по работе со студентами вуза. В состав Оргкомитета Конкурса входят представители организаторов и главных спонсоров.

Данный Конкурс является открытым состязанием для всех желающих студентов вузов Казахстана. На открытый конкурс предоставляются самостоятельно разработанные проекты, содержащие SMM стратегию продвижения бренда г. Алматы (в том числе Алматинской области). На конкурс могут быть представлены как индивидуальные, так и коллективные) проектные работы (до 3 чел.)

Направления проектных работ должны быть актуальными и относиться к одному из разделов общей проблематики управления брендом г. Алматы на рынке туризма: познавательный, спортивный, экологический, рекреационный, событийный туризм, деловой (MICE) и др.

Оргкомитет формирует независимое жюри, которое будет проводить экспертизу на основе критериев конкурсных проектов и определять победителей и призеров в номинациях. Объективность оценки проектов SMM участников гарантируется Оргкомитетом Конкурса.

Вся информация о Конкурсе будет размещена в социальных сетях на официальных страницах Университета Нархоз, КТА, КАГиР.

3. Порядок проведения конкурса

Конкурс проводится в два тура:

Первый тур – прием заявок на участие в конкурсе проектов SMM в online-формате на сайте citybranding.narhoz.kz. Срок подачи заявок с момента объявления конкурса – до 1 апреля 2019 г. включительно. Форма заявки представлена в Приложении А.

Время выполнения и подачи конкурсной работы – до 03 апреля 2019 г. включительно.

Проведение заочного отборочного тура – оценка независимой экспертной комиссией соответствия проекта требованиям конкурса, изложенным в данном Положении. Экспертиза работ проектов SMM будет проводиться в период с 4-7 апреля 2019 г. По результатам оценки проектов независимая экспертная комиссия отбирает проекты на второй тур.

Второй тур – публичная презентация и защита проектов будет проводиться в период с 9-14 апреля 2019 г. согласно критериям по 100-балльной системе оценок (Приложение Б). Информация о дате и времени публичной презентации проектов SMM будет выслана участникам конкурса, прошедшим отборочный тур. Предполагаемая дата проведения Конкурса – 13 апреля 2019 г.

По итогам конкурса будут определены победители и призеры в номинациях.

4. Требования к предоставляемым на конкурс проектам

На открытый конкурс предоставляются проекты, выполненные на государственном, русскоязычном или английском языках.

Конкурсный проект должен содержать концепцию SMM стратегии продвижения бренда г. Алматы, состоящую из следующих разделов:

- оценка текущего положения бренда в социальных сетях (численность и активность подписчиков, актуальность и качество контента, рекомендуется использовать анализ по хештегам);
- исследование целевой аудитории «покупателей» бренда – туристов;
- анализ активности, сильных и слабых сторон конкурентов (городов, иных туристских объектов);
- сбор данных и построение прогнозов, SWOT-анализ и поиск точки приложения усилий;
- составление прогнозов, отбор инструментария продвижения и построение плана действий/комплекса мероприятий;
- формирование УТП, разработка креатива как идеи и реализации проекта, определение формата присутствия в социальных сетях, мониторинг процесс продвижения.

Структурные элементы конкурсной работы:

- титульный лист (название учебного заведения, название проекта, ФИО участников и научного руководителя, специальность, курс);
- содержание (наименование разделов презентации);
- введение (обоснование актуальности темы, формулировка проблемы, цели и задач, рабочей гипотезы);
- основная часть (описание SMM стратегии продвижения бренда г. Алматы);
- заключение (обобщение основных разделов проекта, выводы и рекомендации);
- список использованных источников;
- приложения.

Презентация проекта не должна превышать 10 слайдов.

5. Подведение итогов и награждение победителей

Подведение итогов о награждении осуществляет оргкомитет Конкурса по представлению жюри. Победители (занявшие первое, второе и третье места) и их научные руководители награждаются Дипломами победителя и ценными призами. Также в различных номинациях предусмотрены призы от спонсоров.

По результатам конкурса лучшие проекты будут размещены в социальных сетях на официальных страницах Университета Нархоз, КТА, КАГиР, а победители будут приглашены на презентацию проектов на Международную научно-практическую конференцию «Инновации, технологии и тенденции в туризме – индустрии гостеприимства – ивентах (TOURISM–HOSPITALITY–EVENTS), 19-20 апреля 2019 г., Университет Нархоз.

Оплата расходов: участие в конкурсе (проезд, проживание) финансируется за счет направляющей стороны.

6. Авторские права и дальнейшее использование конкурсных материалов

Проектные работы участников конкурса (Правообладатели) не возвращаются и переходят к Организаторам конкурса – Приобретателям права. Правообладатели передают Приобретателю исключительные имущественные права на Проектные работы, (далее Объект)и, не ограничиваясь, его печать и использование.

Для осуществления использования Приобретателем проектной работы Правообладатели передают следующие права:

а) право использовать Объект путем распространения любым способом и на любых носителях информации в пределах и за пределами Республики Казахстан неограниченным тиражом;

б) право на доработку проекта или внесение изменений в него с согласия Правообладателя;

в) право на перевод на любой язык;

г) право на публичное использование произведения науки и демонстрацию в информационных, рекламных целях;

д) право на государственную регистрацию исключительных имущественных прав на проект в Комитете по правам интеллектуальной собственности Министерства юстиции Республики Казахстан (далее Комитет) Акционерному обществу «Университет Нархоз».

Данная передача авторских прав осуществляется на 5 (Пять) лет на указанный Объект и имеет силу на территории всех стран мира.

Все копии Объекта, как бумажные, так и электронные, должны содержать информацию об авторских правах Приобретателя (© «наименование проекта» АО «Университет Нархоз», 2019 г. (г. Алматы, Республика Казахстан) и полную библиографическую ссылку на Объект.

С момента передачи проектной работы Приобретатель приобретает право свободно передавать полученные права другим физическим и юридическим лицам, а Правообладатели обязуются:

- не издавать, не изготавливать различные копии, включая электронные;
- не тиражировать;
- не распространять Объект путем продаж, массовой рассылки через электронную почту;
- не размещать на общедоступном сервере;
- не использовать публично и демонстрировать в информационных, рекламных целях;
- не использовать самостоятельно, или не предоставлять аналогичные права на его использование третьим лицам в пределах и за пределами Республики Казахстан без письменного согласия Приобретателя.

Правообладатели гарантируют, что Объект не был ранее опубликован и не будет опубликован где-либо до его публикации и после публикации Приобретателем, а также то, что исключительные права на ее опубликование не будут переданы другим физическим и юридическим лицам.

Правообладатели гарантируют, что Объект является оригиналом собственной работы Правообладателей, не является копией какой-либо работы другого Правообладателя и свободно от прав третьих лиц и не является предметом спора.

Правообладатели гарантируют, что им получены все необходимые разрешения на использование материалов в своей проектной работе, охраняемых авторским правом.

7. Организационный комитет

Организаторы:

Отвественное лицо за конкурс:

– Дюсембекова Жанар Маратовна, к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг», zhanar.dyussebekova@narhoz.kz

Координаторы конкурса:

– Байжаксынова Гульшат Касымхановна, к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг», gulshat.baizhaksynova@narhoz.kz;

– Нурахова Ботагоз Жанабаевна, координатор конкурса, старший преподаватель кафедры «Маркетинг», botagoz.nurakhova@narhoz.kz.

Дополнительная информация по организации и проведению конкурса по телефонам: 8 (727) 377 2091/1143 – кафедра «Маркетинг»

Регистрация заявок осуществляется на сайте: на сайте **citybranding.narhoz.kz**.

Адрес проведения конкурса: Университет Нархоз, Республика Казахстан, г. Алматы, ул. Жандосова, 55, индекс 050035.

8. Хранение и контроль Положения о конкурсе

Все оригиналы Положения хранятся в Канцелярии.

Утвержденное Положение размещается на сайте Университета Нархоз: citybranding.narхоз.kz, доступ к которому открыт для всех заинтересованных в конкурсе участников.

9. Заключительные положения

Настоящее Положение утверждается Ректором Университета Нархоз.

Срок действия настоящего Положения – период проведения конкурса. Ответственное лицо за проведение конкурса – Дюсембекова Ж.М., к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг».

Разработчик:

Ж.М. Дюсембекова, к.э.н.,
доцент кафедры «Маркетинг»

Отметка о проверке документа:

И. Азиз, зав.кафедрой «Маркетинг»,
PhD, доцент

Г.Н. Даниярова, начальник
канцелярии АО "Университет
Нархоз"

**Заявка на участие в конкурсе проектов SMM
«The Best Online Ambassadors of ALMATY»**

№	Сведения о участниках проекта	
1	Фамилия Имя Отчество участников проекта (с приложением сканверсии студенческого билета/ID карты)	1 2 3
2	Название команды	
3	ВУЗ, специальность, курс	
4	Электронная почта	
5	Контактный телефон	
6	Язык участия	

№	Сведения о научном руководителе (при наличии)	
1	Фамилия Имя Отчество	
2	Место работы	
3	Должность	
4	Ученая степень, звание	
5	Электронная почта	
6	Контактный телефон	

Критерии оценки конкурсных работ

№	Критерии оценки конкурсных работ	Максимальное число баллов
1	Описание целевой аудитории и вида туризма (познавательный, спортивный, экологический, рекреационный, событийный туризм, деловой (MICE) и др.) для кого направлен проект, актуальность темы исследования	10
2	Использованные технологии и степень обоснованности выбранного инструмента продвижения в социальных сетях (AdsManager, GoogleAdwords, YandexDirect, MyTarget и др.)	10
3	Контент-план продвижения в социальных сетях (поэтапное описание процесса настраивания и внедрения проекта)	10
4	Бюджет на разработку проекта (виды работ-затраченное время-стоимость услуг) и прогноз ожидаемых результатов	10
5	Креативность (качество оффера, посыл, креативность (фотографии, изображения, видеоиллюстрации))	20
6	Качество предоставления подготовленных материалов - страницы продвижения в социальных сетях (содержания контента)	20
7	Связь с турбизнесом, практическая значимость и степень внедрения (использования) результатов проектной работы в маркетинговой деятельности субъектов туррынка, вклад в развитие внутреннего и внешнего туризма в г. Алматы	20