



## Критерии оценки решений кейса отборочного этапа Универсиады «Ломоносов» по маркетингу 2026<sup>1</sup>

<b>Общие критерии (за решение в целом)</b>	
Технические требования: соблюдение требований по лимиту слайдов, отсутствие опечаток, наличие ссылок	<b>5</b>
Оформление презентации: визуализация данных	<b>5</b>
Проведение предпроектного анализа, использование данных и источников, обоснованность решения, отсылки к теории	<b>10</b>
<b>Часть 1: Концепция нового продукта</b>	
Соответствие результата поставленной задаче (брифу)	<b>5</b>
Аргументированность выявленной потребительской боли	<b>10</b>
Полнота и содержательность описания нового продукта	<b>10</b>
Корректность, аргументированность и обоснованность изменений в концепции	<b>10</b>
Оригинальность придуманного решения	<b>5</b>
<b>Часть 2: Маркетинговая стратегия</b>	
Полнота и содержательность описания стратегии	<b>10</b>
Реализуемость предложенной стратегии	<b>10</b>
Корректность и обоснованность KPI и выбранных каналов продвижения	<b>10</b>
Корректность и реализуемость маркетингового плана в предложенном бюджете	<b>10</b>
<b>Итого</b>	<b>100</b>

1

Примечания:

- Работа каждого участника независимо проверялась двумя членами жюри на основе представленных выше критериев.
- Итоговая оценка рассчитывалась как средняя из оценок двух проверяющих с округлением до первого знака после запятой.
- В случае значительного расхождения между оценками (30% и более) проверяющих работы проверялись и обсуждались жюри.