ПОЛОЖЕНИЕ
XIV Всероссийском молодежном научном форуме
«Гранит науки – 2026: Молодежь. Инновации. Менеджмент»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регламентирует статус и порядок проведения XIV Всероссийского молодежного научного форума «Гранит науки – 2026: Молодежь. Инновации. Менеджмент» (далее Форум).
1.2. Форум проводится в целях выявления способностей студентов, молодых исследователей к научно-исследовательской деятельности, интеграции студенческой научной и деловой активности в области управленческих наук и инноваций, формирования проектных инициатив, активной жизненной позиции молодежи и студенчества как кадрового резерва управления и экономики страны.
1.3. Организаторами Форума выступают факультет управления и права ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет», ПАО «Ростелеком» Филиал в Республике Марий Эл, Агентство недвижимости «Этажи». Форум проводится в рамках Всероссийского студенческого форума «Инженерные кадры – будущее инновационной экономики России». В организационный комитет Форума входят представители бизнес-сообщества и образовательных учреждений.
1.4. Настоящее Положение определяет требования к участникам Форума, условия участия, программу Форума, сроки проведения и действует до завершения мероприятий Форума.
1.5. Расходы на подготовку и проведение Форума несет базовый вуз; расходы на проезд, проживание, питание авторов лучших проектов оплачиваются ими самостоятельно.
1.6. Дополнительная информация, комментарии к проведению Форума публикуются на сайте ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет» www.volgatech.net.

2. Руководство Форума

2.1. Общее руководство осуществляет Организационный комитет по подготовке и проведению XIV Всероссийского молодежного научного форума «Гранит науки – 2026: Молодежь. Инновации. Менеджмент».
2.2. Для оперативного решения вопросов, связанных с подготовкой и проведением Форума сформирована Рабочая группа, которая:
- участвует в разработке документов и заданий Форума;
- информирует целевые группы о сроках, месте и условиях проведения, содержании программы Форума;
- обеспечивает процедуры приема заявок на участие в Форуме;
- обеспечивает содержательное соответствие программы Форума данному Положению;
- решает вопросы получения участниками дипломов и сертификатов о прохождении обучения по программе Форума;
- обеспечивает освещение событий Форума в средствах массовой информации (далее – СМИ) и сети Интернет;
- готовит аналитический отчет об итогах проведения Форума.
2.3. Рабочая группа сохраняет за собой право:
- по согласованию с Оргкомитетом Форума изменять сроки и место проведения Форума с обязательным оповещением участников;
- корректировать программу Форума;

- отказать в приеме заявки на участие в Форуме при превышении общего количества участников, указанного в п. 3.2 настоящего Положения;
- отстранить за нарушение условий настоящего Положения, правил пребывания на Форуме и распорядка Форума делегацию и (или) участника от участия в программе Форума;
- принимать окончательное решение в иных спорных вопросах, связанных с организацией и проведением Форума.

3. Условия участия в конкурсе

3.1. В Форуме имеют право принимать участие студенты вузов, обучающиеся по направлениям подготовки бакалавриата и магистратуры: «Менеджмент», «Государственное и муниципальное управление», «Инноватика», «Управление качеством», «Управление персоналом», «Экономика», «Прикладная информатика», «Организация работы с молодежью», «Информационные системы и технологии» и инженерным направлениям подготовки.
3.2. Форум проводится в рамках сроков проведения форума «Инженерные кадры - будущее инновационной экономики России», регистрация осуществляется в рамках регистрации на это мероприятие.
3.3. Форум «Гранит науки-2026: Молодежь. Инновации. Менеджмент» включает следующие мероприятия:
1) Заочный всероссийский конкурс научно-исследовательских работ «Управленческая экономика в XXI веке». Конкурс проводится во время Форума по статьям, отправленным в заявках. Статьи принимаются через систему регистрации на форум. Требования к оформлению статей представлены в приложении 1 Положения.
В заключительный день Форума оглашаются итоги заочного конкурса. Конкурс научно-исследовательских работ проводится по секциям:
- Секция 1 «Менеджмент и маркетинг»;
- Секция 2 «Государственное и муниципальное управление»;
- Секция 3 «Управление инновациями и информационные технологии»;
- Секция 4 «Управление качеством».
2) Всероссийский конкурс научно-практических проектов ««Продвижение пакета «Киберзащита «Для спокойствия»» от ПАО «Ростелеком»: разработка маркетинговой стратегии, исследование рынка и предложения по улучшению проекта» (приложение 2, командный зачет);
3) Олимпиада в форме компьютерной игры Бизнес-курс: Максимум (командный зачет);
4) Всероссийский конкурс научно-практических проектов от Агентства недвижимости «Этажи» (Йошкар-Ола): «Люди, город, бренд: как сделать «Этажи» точкой притяжения в Йошкар-Оле» (приложение 3, командный зачет).

4. Подведение итогов Форума и награждение участников

4.1. Итоги Форума подводятся отдельно по каждому мероприятию. По результатам конференции будет издан сборник статей в составе сборников статей форума «Инженерные кадры – будущее инновационной экономики России».

4.2. По итогам мероприятий Форума присуждаются I, II, III места:
- по каждой секции всероссийского заочного конкурса научно-исследовательских работ «Управленческая экономика в XXI веке» (личный зачет),
- по итогам всероссийского конкурса проектов от ПАО «Ростелеком» Филиал в Республике Марий Эл (командный зачет);

- по итогам всероссийской олимпиады (командный зачет);
- по итогам всероссийского конкурса научно-практических проектов от Агентства недвижимости «Этажи» в разрезе трех самостоятельных заданий (командный зачет).

4.3. Жюри оставляет за собой право определять число лауреатов по каждой заявленной секции Форума.
4.4. Победители мероприятий Форума награждаются дипломами Всероссийского форума, определенными оргкомитетом базового вуза**.**

5. Информационное сопровождение и освещение олимпиады

5.1. Итоги Форума освещаются на сайте www.volgatech.net (раздел «Новости»)
5.2. Адрес оргкомитета: 424000, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, д. 3, деканат факультета управления и права, каб. 319. E-mail: sudakovany@volgatech.net
5.3. Телефоны для справок: (8362) 64-19-57, 68-28-93 деканат факультета управления и права. Контактное лицо: Судакова Наталья Юрьевна.

Приложение 1

Порядок представления и оформление научных работ на конкурс

Научная работа представляет статью, содержащую краткое изложение сути представленного проекта и должна иметь, в том числе, поясняющие рисунки, формулы, схемы и ссылки на литературные источники, оформленные в соответствии с действующим ГОСТом. Объем статьи – **от 2 до 4 стр.**

Статья набирается в редакторе Microsoft Word в **формате А5.** Шрифт Times New Roman, размер шрифта – 10 пт., межстрочный интервал – одинарный. Индекс УДК слева. Красная строка – отступ – 5.3 мм. Поля: левое и правое – 19 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 24 мм. Рисунки при перемещении по тексту не должны распадаться на составляющие. Подрисуночные надписи выполняются шрифтом 9 пт. Формулы и все обозначения по тексту должны быть набраны в среде редактора формул Microsoft Equation . Шрифт для греческих букв – Symbol, для всех остальных – Times New Roman, основной размер 10 пт., индексы – 8 пт., субиндексы – 7 пт. Формулы располагаются по центру страницы. Нумеруются лишь те формулы, на которые имеются ссылки. Номер формулы ставится у правого края. Список использованной литературы оформляется согласно ГОСТ 7.1 - 2003. Ссылки на литературу заключаются в квадратные скобки.

Статья представляет краткое изложение результатов исследовательских и проектных работ: постановка проблемы (задачи), цель и содержание работы, описание методологии исследования, анализ полученных результатов, выводы. Оргкомитет Форума оставляет за собой право отклонить статью, оформленную с нарушением правил, не соответствующую тематике секций, имеющую низкий уровень оригинальности текста (ниже 60%).

Исследовательские задачи должны быть, по возможности, оригинальными. Проблемы и идеи могут быть необычными, но обоснованными, направленными на получение (генерацию) новых знаний. Требования к представляемым работам:

- обозначить актуальность, определить область исследования, предмет исследования, цель и задачи исследовательской работы;
- указать используемые методы исследования (например, сравнительный анализ, социологический опрос, биологический, химический ... эксперимент, анализ первоисточников и т.д.);
- кратко описать рассматриваемые явления (2-6 предложений), кратко обосновать применение указанных методов (эффективность, точность, простота и т.д.);
- описать главный результат;
- отметить новизну (нестандартность) использованных методов исследования, проделанной работы и полученного результата;
- сделать выводы, имеющие научное или практическое значение;
- изложить предложения по практическому использованию результатов работы.

Пример оформления статьи

Петров Алексей Витальевич
г. Йошкар-Ола, ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет», направление Менеджмент (бакалавриат), гр. МТ-31

Научный руководитель:
Петров Иван Сидорович
д.э.н., проф. каф. менеджмента и бизнеса ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола

Методика оценки эффективности менеджмента персонала торговой организации

Рассматривается задача...

Приложение 2

Задание всероссийского конкурса научно-практических проектов «Продвижение пакета «Киберзащита «Для спокойствия»» от Ростелеком: разработка маркетинговой стратегии, исследование рынка и предложения по улучшению проекта»

Цель проекта – разработать и обосновать стратегию продвижения пакета «Киберзащита “Для спокойствия”» для ПАО «Ростелеком», провести исследование спроса и конкурентной среды и сформировать конкретные предложения по улучшению продукта/коммуникаций для повышения конверсии и узнаваемости.

Задачи проекта (по этапам):

1. Сбор информации о продукте

- описать состав пакета «Киберзащита “Для спокойствия”» (какие услуги/функции входят),
- определить целевую аудиторию и сценарии использования (для дома/семьи/малого бизнеса и т.п., если это относится).

2. Маркетинговое исследование

- исследовать рынок киберзащиты (текущие тренды, боли пользователей),
- проанализировать конкурентов (кто предлагает похожие решения и как они продаются),
- выявить УТП (уникальные преимущества) и пробелы в позиционировании.

3. Анализ аудитории (ЦА)

- определить 2–4 сегмента ЦА,
- сформировать портреты клиентов (уровень цифровой грамотности, страхи, критерии выбора),
- выявить причины “почему покупают/почему не покупают”.

4. Оценка текущей коммуникации и позиционирования

- разобрать, как продукт описан сейчас (сайт/лендинги/реклама/соцсети, если доступно),
- выявить слабые места: непонятные формулировки, отсутствие выгод, дефицит доверия, нет демонстрации пользы.

5. Разработка маркетинговой стратегии

- выбрать каналы продвижения (онлайн/офлайн): соцсети, контекст, контент-маркетинг, партнерства, колл-центр и т.д.
- сформировать воронку: внимание → интерес → доверие → покупка/заявка,
- подготовить ключевые сообщения и офферы под разные сегменты.

6. Проработка маркетинговых материалов

- разработать набор контента для продвижения (примеры постов/баннеров/лендинг-блоков/скрипты),
- подготовить концепции креативов: что и как показываем пользователю (выгоды, кейсы, инфографика, FAQ).

7. Предложения по улучшению проекта

- сформировать рекомендации: что добавить/изменить в пакете, в упаковке/тарифах, в коммуникациях,
- предложить варианты улучшения доверия: гарантия, обучение, прозрачность, показатели эффективности, демо-истории.

8. План тестирования гипотез

- определить 3–6 гипотез (например: “если упростить описание выгоды, растёт конверсия”),

- предложить способ проверки (опрос, A/B тест креативов, посадочные страницы, лендинги).

9. Финализация результата

- собрать итоговый пакет: стратегия + материалы + предложения + план внедрения.

Все предлагаемые решения должны быть обоснованы. Студенты должны представить свои выводы и идеи в форме презентации, включая графики, примеры и аргументацию своих предложений. Это поможет развить навыки критического мышления, командной работы и креативности.

Защита проекта предполагает подготовку презентации – 10-15 слайдов, которые будут сопровождать выступление команды. Проект защищают представители команды в соответствии с регламентом выступления в 7-10 минут.

При оценке научного проекта члены жюри руководствуются следующим критериями:

- логика структуры изложения выводов и практическая значимость предлагаемых решений;
- глубина проработки эмпирической базы и обоснованность предлагаемых решений;
- комплексность оценки работы сервиса, широта и обоснованность применяемых инструментов анализа;
- самостоятельность выводов и оценок, отражающих личный вклад участников команды в представленный проект;
- качество представленной презентации, полнота отражения в ней полученных результатов.

Задание будет оцениваться присутствующим в составе жюри представителем компании ПАО «Ростелеком».

По возникающим вопросам обращайтесь к членам оргкомитета по электронному адресу SudakovaNY@volgatech.net (Судакова Наталья Юрьевна).

Официальный сайт компании ПАО «Ростелеком», Филиал в РМЭ в сети Интернет: http://maryel.rt.ru/

Приложение 3

Задание всероссийского конкурса научно-практических проектов от Агентства недвижимости «Этажи» (Йошкар-Ола):
«Люди, город, бренд: как сделать «Этажи» точкой притяжения в Йошкар-Оле»

Введение в компанию и контекст кейса

«Этажи» — крупнейшая риелторская компания России и СНГ, восьмой год подряд признанная лидером рынка по количеству сделок (по данным ДомКлик) и входящая в ТОП-20 лучших работодателей России среди крупнейших компаний по рейтингу hh.ru. В Йошкар-Оле компания работает почти 10 лет и является одним из ключевых игроков регионального рынка недвижимости.

Ключевые ценности компании — **драйв, партнёрство, честность и забота** — распространяются не только на клиентов, но и на повседневную офисную жизнь. «Этажи» инвестируют в обучение, автоматизацию и корпоративную культуру, а также активно участвуют в городской повестке: от фестивалей недвижимости до спортивных турниров и радиопередач.

Однако региональный рынок недвижимости Йошкар-Олы сегодня сталкивается с вызовом: рост цен на жильё опережает рост доходов населения. Так, по данным на 2026 год, средняя стоимость квадратного метра в городе достигла 121,8 тыс. рублей (+19% за год), при этом средняя зарплата составила 66,2 тыс. рублей (+15%). В таких условиях конкуренция за квалифицированных агентов и сотрудников бэк-офиса обостряется, а привычные инструменты мотивации перестают работать. Компании необходим свежий взгляд на то, как удерживать людей и оставаться заметной в городской среде.

Мы приглашаем студенческие команды принять этот вызов и предложить решения, которые помогут «Этажам» в Йошкар-Оле укрепить HR-бренд, выстроить нематериальную мотивацию и стать по-настоящему локальным брендом, который знают и рекомендуют.

Цель кейса

Разработать комплекс практических решений для Агентства недвижимости «Этажи» в Йошкар-Оле, по трем направлениям:

– **HR-бренд;**
– региональный PR;
– корпоративная культура / нематериальная мотивация.

Важно! При разработке решений учитывать актуальные тренды рынка труда и локальную специфику города.

Задание 1. HR-бренд: «Работа в «Этажах» — это про что?»

Цель задания

Создать концепцию позиционирования «Этажей» как работодателя для Йошкар-Олы и разработать инструмент (лендинг, серию постов, сценарий видео), который доносит эту концепцию до целевой аудитории — молодых специалистов, начинающих агентов и опытных риелторов.

Задачи исследования

- Изучите, как «Этажи» представлены как работодатель сегодня: вакансии на hh.ru, отзывы сотрудников, корпоративные страницы в соцсетях. Выделите, какие преимущества уже являются сильными сторонами (обучение, корпоративная жизнь, бренд), а какие — «слепые зоны» для регионального кандидата.

- Проанализируйте, кто ваш потенциальный кандидат в Йошкар-Оле: студенты вузов и ссузов, люди, меняющие профессию, агенты из конкурирующих агентств. Определите их мотивацию, страхи и критерии выбора работодателя.
- Сформулируйте **уникальное ценностное предложение работодателя (EVP)** для «Этажей» в Йошкар-Оле, опираясь на реальные практики компании (например, наставничество, внутренние квизы, турниры, «Большая встреча») и особенности локального рынка.
- Предложите, как визуально и вербально упаковать EVP: тон голоса, ключевые сообщения, визуальные образы.

Рекомендации по разработке

Итоговый продукт — **концепция HR-бренда и один пилотный инструмент на выбор**:

- **Вариант А:** структура и прототип (wireframe) лендинга «Работа в „Этажах“ в Йошкар-Оле» с ключевыми блоками и текстами.
- **Вариант Б:** серия из 3–5 постов для соцсетей («Один день с агентом», «Как проходит обучение», «История карьерного роста за год») с визуальными референсами.
- **Вариант В:** сценарий короткого видео (до 60 секунд) для Reels/Shorts, который показывает атмосферу работы и ценности компании.

Все решения должны опираться на реальные факты о компании и быть применимыми в условиях Йошкар-Олы. Приветствуется использование интервью (хотя бы с одним действующим сотрудником или студентом, который рассматривал бы «Этажи» как работодателя).

Требования к оформлению

- Презентация в MS PowerPoint (или PDF) **до 10 слайдов** (без учета титульного и заключительного) с обязательным слайдом «Источники и допущения».
- Если выбран вариант А или Б — приложите тексты и визуальные материалы в отдельных файлах (PDF или изображения).
- Язык — русский, без грамматических ошибок.

Критерии оценивания (максимум 100 баллов)

Критерий	Вес
Глубина анализа аудитории и текущего HR-бренда «Этажей» в регионе	
Оригинальность и обоснованность EVP, связь с реальными практиками компании	
Качество и реалистичность предложенного инструмента (лендинг / посты / видео)	
Структура и логика презентации, качество защиты	
Креативность и запоминаемость решений	

Задание 2. Региональный PR: «Как стать заметным в Йошкар-Оле»

Цель задания

Разработать PR-кампанию для «Этажей» в Йошкар-Оле, которая усиливает узнаваемость бренда в городе и формирует эмоциональную связь с жителями, выходя за рамки стандартной рекламы недвижимости.

Задачи исследования

- Проанализируйте текущее присутствие «Этажей» в информационном поле Йошкар-Олы: публикации в местных СМИ, соцсети, участие в городских событиях (например, фестиваль недвижимости, радиопередача «Ёлки-Иголки», волейбольный турнир на Кубок Сбера). Что уже работает, а какие форматы не используются?
- Определите ключевые аудитории для регионального PR: жители города, потенциальные покупатели и продавцы недвижимости, партнеры (банки, застройщики), локальные медиа и лидеры мнений.

- Изучите успешные примеры регионального PR в других городах присутствия «Этажей» или у конкурентов в Йошкар-Оле.
- Сформулируйте **большую идею кампании**, которая связывает «Этажи» с городом и его жителями (например, через тему дома, семьи, городской среды, спорта или добрососедства).

Рекомендации по разработке

Кампания может включать **не более трех инструментов** (чтобы решение было реалистичным). Например:

- Городское событие или акция (фестиваль, экскурсия, спортивный забег, «день открытых дверей» в офисе).
- Партнерство с локальным медиа или блогером (серия подкастов, рубрика в газете, совместный проект).
- Спецпроект в соцсетях (например, «Истории домов Йошкар-Олы», «Как выбрать район для жизни»).
- Социальная инициатива (помощь приюту, благоустройство двора, образовательные лекции).

Обязательно опишите **механики**, **каналы продвижения** и **показатели эффективности** (охват, вовлеченность, упоминания, узнаваемость). Кампания должна быть реализуема силами регионального офиса и партнеров.

Требования к оформлению

- Презентация **до 12 слайдов** + при необходимости **одностраничный медиаплан** (таблица: этап, инструмент, канал, KPI).
- Визуальные референсы приветствуются.

Критерии оценивания (максимум 100 баллов)

Критерий	Вес
Понимание локального контекста и аудиторий (анализ текущего PR и городской среды)	
Оригинальность и релевантность большой идеи	
Проработанность механики и реалистичность кампании	
Обоснованность KPI и связи с бизнес-целями	
Качество презентации и защиты	

Задание 3. Корпоративная культура и нематериальная мотивация: «Что удерживает людей, когда рынок штормит»

Цель задания

Предложить программу нематериальной мотивации и укрепления корпоративной культуры для сотрудников «Этажей» в Йошкар-Оле, которая повышает вовлеченность, снижает текучесть и соответствует ценностям компании (драйв, партнерство, честность, забота).

Задачи исследования

- Изучите существующие практики: внутренние мероприятия (квизы, турниры, «Большая встреча»), обучение, наставничество, гибкий график, зоны отдыха. Какие из них уже используются в Йошкар-Оле (если информация доступна), а какие можно адаптировать для «Этажей»?
- Проанализируйте, что сегодня мотивирует сотрудников в риелторском бизнесе и какие нематериальные факторы становятся решающими при выборе и удержании работы (признание, развитие, гибкость, принадлежность к сообществу).
- Опираясь на реальные тренды (геймификация, внутренние челленджи, пульс-опросы, работа с микроклиматом), предложите программу, которая не дублирует существующие активности, а дополняет их.
- Определите, как измерять эффект: какие метрики (eNPS, вовлеченность, текучесть, участие в мероприятиях) и как часто замерять.

Рекомендации по разработке

Программа должна включать **3–5 конкретных инициатив**, каждая из которых:

- привязана к одной из ценностей компании;
- имеет механику (что именно и как делаем, как часто, кто отвечает);
- учитывает бюджет (предложите решение в двух вариантах: «минимальный бюджет» и «оптимальный бюджет»);
- содержит способ оценки результата.

Примеры направлений (можно комбинировать):

- **Признание**
- **Развитие**
- **Сообщество**
- **Забота**

Обязательно обоснуйте, почему предложенные инициативы подойдут именно региональному офису в Йошкар-Оле и как они соотносятся с корпоративной культурой «Этажей».

Требования к оформлению

- Презентация **до 12 слайдов + одностраничная карта программы** (таблица: инициатива, ценность, механика, бюджет, KPI).
- Возможно включение короткого видео-обращения или инфографики.

Критерии оценивания (максимум 100 баллов)

Критерий	Вес
Понимание текущей культуры и мотивационных практик «Этажей»	
Релевантность и оригинальность инициатив	
Проработанность механик и реалистичность бюджета	
Наличие системы измерения эффекта (метрики)	
Качество презентации и защиты	

Специальные номинации (независимо от мест в конкурсах)

Помимо основных призовых мест в каждом задании, жюри может отметить команды в следующих номинациях:

- **«Лучшая полевая работа»** — за использование реальных интервью, опросов или глубокого анализа локальных данных.
- **«Самое креативное решение»** — за нестандартный подход, который при этом сохраняет реалистичность.
- **«Лучшая интеграция ценностей»** — за то, как решение отражает ценности «драйв, партнерство, честность, забота».
- **«Приз зрительских симпатий»** — по итогам голосования участников форума (на усмотрение организаторов форума).

Формат представления результатов

Каждая команда представляет работу в жюри в двух форматах: **единая презентация и проектные артефакты.**

1. Единая презентация с результатами исследования и предложениями (для защиты перед жюри).

Если команда представляет проектные решения **по одному заданию**, презентация включает обзорную часть и раздел, соответствующий выбранному заданию.

Если команда представляет проектные решения **по нескольким заданиям**, готовится **одна общая презентация**, в которой выделяются:

- **общая обзорная часть** — единая для всех выбранных заданий;
- **отдельные разделы по каждому выбранному заданию** — с решением, механикой, обоснованием и ожидаемыми результатами.

Рекомендации по общей презентации:

В презентацию необходимо включить: краткий обзор «Этажей» в контексте задания, результаты анализа, ключевые выводы, концепцию и механику предложения, ожидаемые результаты, краткое представление команды.

В обзорной части зафиксируйте ключевые выводы о компании, рынке и аудиториях, чтобы в разделах по заданиям не повторять их, а ссылаться на них.

Четко обозначайте границы разделов: «Задание 1», «Задание 2», «Задание 3».

Добавьте слайд-навигацию или маркировку разделов, чтобы жюри быстро ориентировалось в структуре.

Все источники и допущения вынесите в конец презентации; не дублируйте список литературы в каждом разделе.

Объем презентации: **10–12 слайдов при участии в одном задании**; **при участии в нескольких заданиях – не более 18 слайдов** с учетом обзорной части и разделов по заданиям (без титульного, разделительных и заключительного слайдов).

Оформление: MS PowerPoint (или PDF).

Продолжительность защиты: 5–7 минут при одном задании; до 10 минут при нескольких заданиях, с равным распределением времени между разделами.

2. Проектные артефакты

Проектные артефакты представляются **отдельно по каждому заданию** и не заменяют единую презентацию:

- **Задание 1:** прототип лендинга / тексты постов / сценарий видео — отдельным файлом или набором файлов.
- **Задание 2:** медиаплан и (при наличии) макеты визуальных материалов — отдельным файлом.
- **Задание 3:** карта программы нематериальной мотивации — отдельным файлом.

Файлы рекомендуется называть по схеме: Команда_Задание_Артефакт (например, Ключ_к_счастью_Задание1_Лендинг.pdf).

Рекомендации по определению названия команды разработчиков

Название команды выполняет две функции: **творческую идентификацию** и **технический идентификатор для жюри и файлов**. Хорошее название команды должно быть:

- **кратким** — 1–2 слова;
- **уникальным** — не совпадать с названиями других команд и не повторять общие слова («Лидеры», «Команда 1», «Проект»);
- **нейтральным** — без политики, религии, оскорблений и двусмысленностей;
- **запоминающимся** — отражать идею команды, вуза или города, но не быть слишком абстрактным;
- **удобным для транслитерации** — легко записываться латиницей без потери смысла;
- **стабильным** — после регистрации название не меняется без согласования с оргкомитетом.

Не рекомендуется использовать в качестве названия команды бренд партнёра («Этажи») или название задания — это создаёт путаницу при идентификации.

По каждому заданию проводится **отдельный конкурс** с присуждением 1-го, 2-го и 3-го мест. Жюри оценивает соответствующий раздел единой презентации и проектный артефакт по критериям выбранного задания; общая обзорная часть учитывается как аналитическая база для всех выбранных заданий. Команда может участвовать в одном или нескольких заданиях (на свое усмотрение).

Контакты и организационные вопросы

Задание оценивается представителями Агентства недвижимости «Этажи» в Йошкар-Оле в составе жюри форума.

По возникающим вопросам обращайтесь к членам оргкомитета по электронному адресу: **SudakovaNY@volgatech.net** (Судакова Наталья Юрьевна).

Официальный сайт компании: **https://yoshkar-ola.etagi.com**