



Критерии оценки решений кейса отборочного этапа Универсиады «Ломоносов» по маркетингу 2025

Критерий	Баллы
Общие критерии (за решение в целом)	
Оформление презентации, визуализация, соблюдение требований по лимиту слайдов, отсутствие опечаток, наличие ссылок на источники	10
Проведение предпроектного анализа, использование данных и источников, обоснованность решения, отсылки к маркетинговым теориям и концепциям	10
Часть 1: Маркетинговые спецпроекты	
Полнота и содержательность описания идеи каждого спецпроекта (наличие вовлечения, обоснованное использование ИИ, продуманность механики)	10
Реализуемость предложенных спецпроектов, характеристика выгод как для бренда, так и для ЦА	5
Корректность, аргументированность и обоснованность ЦА предложенных спецпроектов	5
Корректность и обоснованность KPI / метрик	5
Креативность и оригинальность предложенных решений	10
Часть 2: Инновации / новые продукты	
Выявление проблемы для потребителя	5
Полнота описания продукта / предлагаемой инновации	10
Аргументы и обоснования в пользу предложенных решений, в том числе с точки зрения стимулирования продаж	10
Оценка (в том числе количественная) эффективности предложенных решений, наличие аргументации	10
Креативность и оригинальность предложенных решений	10
ИТОГО	100

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 третьим экспертом и обсуждались жюри.