

附件 2:



首届全国管理案例精英赛 (2013)

比 赛 手 册

主 办：中国管理案例共享中心
中国管理案例中心联盟
中国管理现代化研究会管理案例研究专业委员会

承 办：华东师范大学

联合承办：

合作品牌：

媒体支持：

二〇一三年三月

目 录

一、大赛简介

二、赛事组织

1. 组织结构

2. 机构职责

三、专家评委

四、赛事说明

1. 参赛方式

2. 参赛要求

3. 比赛规则

4. 评分规则

5. 奖项设置

五、赛事安排

六、赛事宣传

七、媒体支持

八、附录

1. 首届全国管理案例精英赛（2013）比赛评分表

一、 大赛简介

2013年1月19日，第四届“中国管理案例共享国际论坛”在海口举行，期间召开案例中心主任联席会议，由全国MBA教育指导委员会、中国管理案例共享中心、全国各大院校管理案例中心共同发起成立“中国管理案例中心联盟”，在联盟成立的第一次会议上，全体会员单位达成共识，认为举办全国性的管理案例大赛是非常必要的。

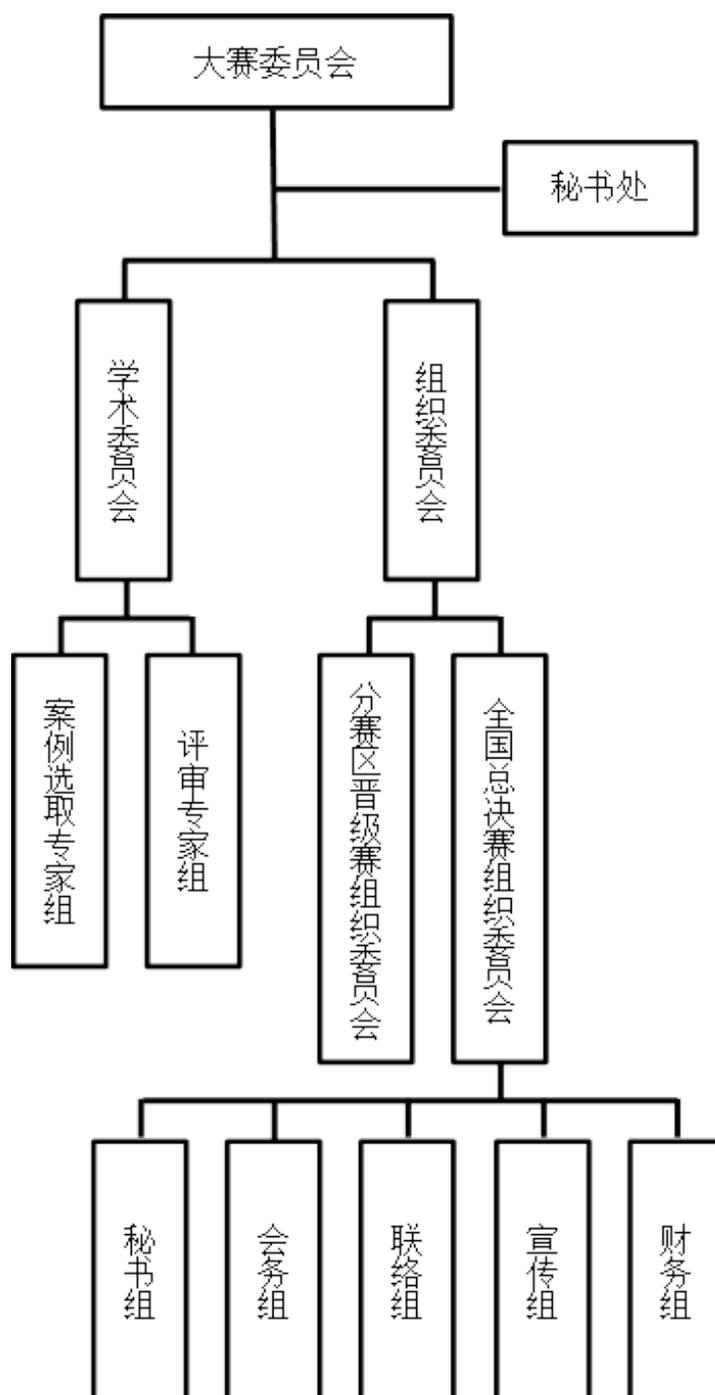
本次大赛由中国管理案例共享中心、中国管理案例中心联盟及中国管理现代化研究会管理案例研究专业委员会联合主办。由华东师范大学承办全国总决赛，各分赛区晋级赛承办学校为联合承办方。

本次大赛通过广泛动员全国MBA培养院校积极参与，关注社会经济热点，共享入库优秀案例，旨在加强各管理案例中心的交流合作，检验案例教学成果，推进与繁荣中国管理案例教学研究。

二、 赛事组织

1. 组织结构

大赛设大赛委员会，下设秘书处、学术委员会和组织委员会(见下图)。



2. 机构职责

秘书处

(1) 秘书处是大赛委员会的常设机构，执行大赛委员会决定。负责起草、发送大赛有关文件，根据报名回执统计，划分分赛区；

(2) 负责各委员会工作的统筹与协调；

(3) 对大赛的各项筹备工作进行跟踪检查和推进；

- (4)发布分赛区晋级赛和总决赛案例；
- (5)管理大赛的宣传工作。

学术委员会

- (1)编写、选取若干中国管理案例共享中心入库案例作为备选案例报大赛秘书处，并签订保密协议；
- (2)制定评分规则；
- (3)建立专家库；
- (4)对分赛区晋级赛比赛的学术性问题包括案例的设计、选取、评分标准等作出总结；
- (5)决定各分赛区晋级赛和全国总决赛的评委。

组织委员会

- (1)大赛组织委员会是大赛委员会的执行机构，根据大赛委员会和秘书处的要求，编写大赛手册，接受报名，提出分赛区建议，具体协调与指导各赛区的组织工作。
- (2)各分赛区晋级赛承办方负责成立分赛区晋级赛组委会，负责分赛区晋级赛组织、会务、宣传和常规事务处理等工作；
- (3)全国总决赛承办方负责组建总决赛组委会，制定全国总决赛方案、编写全国总决赛比赛手册，负责全国总决赛组织、执行、宣传和会务等工作；

三、专家评委

- (1)大赛评审专家组主要来源于专家库，包括专家学者、知名企业家或资深媒体评论员；
- (2)评委参考人数为5-7名，其中应有不少于3位专家学者；
- (3)各分赛区晋级赛承办方按照就近原则尽可能邀请本赛区专家担任评委。

四、赛事说明

1. 参赛方式

(1) 大陆地区各院校在校园突围赛后，将《参赛队伍信息表》(校园突围赛后单独发送)和5分钟左右校园突围赛记录视频及若干照片于2013年5月31日之前发送给各分赛区晋级赛承办院校；分赛区晋级赛结束后，确定入围全国总决赛的队伍名单，全国总决赛入围队伍于2013年6月30日之前提交《参赛队伍信息表》(分赛区晋级赛后单独发送)给全国总决赛承办院校。

(2) 香港、澳门、台湾地区的院校采用邀请制，直接入围全国总决赛；

(3) 全国总决赛的承办院校可以不参加分赛区晋级赛，直接入围全国总决赛。

2. 参赛要求

(1) 各个院校以小组形式参赛，参赛队员为在读MBA同学，每组至多不超过10人，其中指导教师1名，4名同学上台演示，其余人员为后援支持；

(2) 每所院校报送参加分赛区晋级赛的队伍不超过2支，最终入围全国总决赛的队伍不超过1支；

(3) 参赛队伍命名规则：分赛区晋级赛同一学校如有2支代表队，请用“学校+一队/二队”命名，全国总决赛参赛队伍名称直接用“学校+队伍名称”命名。

3. 比赛规则

(1) 分赛区晋级赛由各联合承办方在规定时间内采用大赛秘书处发布的案例举行；

(2) 分赛区晋级赛和全国总决赛的比赛案例由大赛秘书处根据学术委员会案例选取专家组提交的备选案例在比赛前规定时间抽取并发布；

(3) 比赛采用两队同台的模式，每次上台2支队伍(赛前抽签决定)。比赛环节分为现场陈述、参赛队伍互相问答和评委提问三个环节。首先由每支队伍结合PPT各展示10分钟，然后由台下其他队伍对台上2支队伍分别提问，每个回合问答时间控制在3分钟内。最后由评委提问每支队伍各10分钟。

4. 评分规则(见附表)

5. 奖项设置

- (1) 校园突围赛的奖项设置由各学校自行决定；
- (2) 分赛区晋级赛和全国总决赛的奖杯、奖牌和证书由主办方统一制作。
- (3) 奖项设置有团体奖和个人奖：

【团体奖】

- 一等奖：颁发团队奖杯及获奖证书，参赛队员个人参赛经历证明
- 二等奖：颁发团队奖杯及获奖证书，参赛队员个人参赛经历证明
- 三等奖：颁发团队奖杯及获奖证书，参赛队员个人参赛经历证明
- 优胜奖，颁发团队奖杯及获奖证书，参赛队员个人参赛经历证明
- 最佳后援团奖

【个人奖】

- 最有价值队员奖（MVP）：颁发奖杯及获奖证书
- 最佳风采奖：颁发奖杯及获奖证书

五、赛事安排

大赛全程分为校园突围赛、分赛区晋级赛和全国总决赛三个阶段。

3月，大赛启动，开始接受确定参赛院校报名；

3月底，院校报名截止，划分赛区，确定分赛区晋级赛承办单位；

5月中旬，校园突围赛结束；

5月底，各院校提交《参赛队伍信息表》给各分赛区晋级赛承办单位；

6月中旬，分赛区晋级赛结束，确定入围全国总决赛的队伍名单；

6月底，全国总决赛入围队伍提交《参赛队伍信息表》给全国总决赛承办单位；

9月20日，全国总决赛

六、赛事宣传

为了更好地彰显本届大赛的理念及宗旨，扩大赛事的品牌效应，大赛在承办赛事的同时应做好相关品牌推广及媒体宣传活动。大赛宣传及媒体合作应遵守以

下原则及要求：

1. 品牌形象

(1)大赛委员会发布大赛统一的品牌形象设计，包括宣传文案、大赛Logo设计、文案背景设计、会场海报、宣传册、奖牌证书、工作人员胸牌及志愿者标识等。

(2)各承办方在赛事组织及品牌宣传上应与本届大赛品牌形象设计相统一，包含大赛核心理念、宣传标语、大赛Logo以及宣传海报等。

(3)大赛使用统一的赛场视觉风格设计，会场布置风格应保持一致，包括比赛场地、横幅、海报、席卡等。

2. 媒体宣传

(1)大赛主办方开通官方微博。各承办方也可开通分赛区微博，对赛事进行及时、准确的微博直播，并与大赛官方微博充分互动。

(2)分赛区承办方可在网络媒体或纸质媒体等平台上对本赛区赛事进行媒体推广宣传，宣传形式有新闻报道、软文推广、网站主题页等，内容包含文字、图片及视频。

3. 影像资料录制、收集及制作

(1)参赛学校需录制5分钟左右校园突围赛记录视频及拍摄若干照片在报名时提交给分赛区晋级赛承办方。

(2)分赛区承办方收集、汇总所在赛区参赛院校突围赛的影像资料，制作晋级赛宣传视频并在开场前播放。

(3)分赛区承办方对分赛区晋级赛进行录制和拍照，并制作代表分赛区特色风采的视频，在决赛前提交本赛区影像素材到全国总决赛承办方。

(4)全国总决赛承办方制作大赛宣传视频并利用网络媒体宣传，录制全国总决赛。

七、媒体支持

1. 电视媒体：CCTV-2

2. 平面媒体：光明日报、第一财经日报、东方早报、新闻晚报
3. 网络媒体：新浪、腾讯、搜狐、优酷

八、附录

1. 首届全国管理案例精英赛（2013）比赛评分表

首届全国管理案例精英赛（2013）评分表（共 120 分）

队伍名称：_____

展示环节（90 分）

评分项目		优秀 10 分	良好		一般 7 分	及格 6 分	得分
			9 分	8 分			
案例分析 (40 分)	论证逻辑 (10 分)						
	观点明晰 (10 分)						
	论据充分 (10 分)						
	知识运用 (10 分)						
现场表现 (50 分)	表达能力 (10 分)						
	应变能力 (10 分)						
	PPT 制作 (10 分)						
	时间把握 (10 分)						
	着装与风貌 (10 分)						

问答环节（30 分）

提问 1			提问 2			提问 3			提问 4			提问 5			提问 6			得分
良好 5 分	一般 3 分	未提 0 分	良好 5 分	一般 3 分	未提 0 分	良好 5 分	一般 3 分	未提 0 分	良好 5 分	一般 3 分	未提 0 分	良好 5 分	一般 3 分	未提 0 分	良好 5 分	一般 3 分	未提 0 分	

得分：_____

评委签字：_____