**Global Management Challenge je najväčšia súťaž na svete v oblasti simulácie strategického riadenia firiem.**

**Global Management Challenge je najväčšia súťaž na svete v oblasti simulácie strategického riadenia firiem.** Modelové výrobné spoločnosti súťažia na virtuálnych trhoch EU a NAFTA s cieľom dosiahnuť **čo najvyššieho zhodnotenia investície** a najlepšie postavenie na trhu na základe dosiahnutého zisku. **Toto kritérium určí víťazný tím súťaže**.

 Každému tímu je na začiatku pridelená rovnaká spoločnosť a údaje (finančné výkazy, história) charakterizujúce postavenie danej firmy na trhu. Počítačový model vyhodnocuje dôsledky vypracovaných riešení tímov v oblasti marketingu, výroby, ľudských zdrojov, výskumu a vývoja, a financií a vyhodnotí výšku ceny akcie danej spoločnosti. **V každom tíme participujú traja účastníci.** Tímy sa prihlasujú už sformované, zložené zo študentov, zamestnancov alebo kombinované. **Účasť študentských tímov je bezplatná, u firemných tímov za symbolický poplatok.** Na začiatku súťaže sú tímy náhodne rozdelené do skupín. Skupina je tvorená 5 až 8 tímami, ktoré medzi sebou priamo súperia.

 Na národnej úrovni je súťaž realizovaná v **jednom až troch kolách**. Každé kolo sa pritom skladá z piatich strategických riešení každého tímu. Víťazné národné tímy sa spolu stretnú v **medzinárodnom finále**. Počítačový model názorne prezentuje reálnu činnosť firmy, úlohu jednotlivých oddelení z pohľadu ich prínosu pre celkové pôsobenie a výsledky spoločnosti, čo kladie dôraz na koordináciu postupu jednotlivých členov tímu. **Tím sa učí** vypracovávať stratégiu rozvoja, plánovať a pracovať s pridelenými informáciami, preberá manažérsku zodpovednosť, najmä v piatich hlavných oblastiach a učí sa pracovať spoločne.

 Vybrané tímy majú možnosť **získať patronát** jednej z partnerských spoločností. Patronát im môže umožniť spoznať danú spoločnosť bližšie, riešiť rozhodnutia v ich priestoroch, zúčastniť sa na akciách, ktoré daná spoločnosť organizuje alebo aspoň svojho patróna navštíviť na prednáške či pri prehliadke výrobného závodu. **Patronát je zároveň príležitosťou**, ako si vytvoriť vzťah s potenciálnym zamestnávateľom, dokázať mu svoje schopnosti a vedomosti. Tímy pod patronátom získavajú, aj vďaka odbornému poradenstvu zamestnancov, **cenný náhľad z/do praxe**. Toto poradenstvo je možné využiť nielen z pohľadu účasti v súťaži, ale aj v štúdiu (pri riešení diplomovej práce a pod.).

**Do prvého kola môžu vstúpiť všetky registrované tímy, ktorých členovia nevyhrali národné finále tejto súťaže už 1 krát a viac krát.** Počas piatich týždňov si tak vyskúšajú, aké to je riadiť vlastnú firmu. Rozvíjajú svoje rozhodovacie zručnosti a analytické myslenie. O patronát sa všetky tímy uchádzajú rovnakým spôsobom. Prirodzene záleží na úsilí, ktoré do vypĺňania registračných formulárov, najmä motivačných otázok o výbere potenciálneho patróna t.j. prečo si danú spoločnosť vybrali a prečo by si ona mala vybrať práve ich tím, vložíte.

 Patrónujúce spoločnosti venujú pozornosť vašim životopisom, uvedeným dôvodom motivácie v registračnom formulári. Každá zo spoločností si prezerá tie tímy, ktoré uviedli názov ich spoločnosti ako preferovaného patróna. V prípade, že má spoločnosť dostatok záujemcov o ich patronát vyššiu prioritu prikladá tým, ktorí prejavili záujem práve o nich.

**PRAVIDLÁ**

**Každý účastník GMC dostane tri druhy dokumentov:**

* **Manuál obsahujúci organizačnú štruktúru modelovej spoločnosti a výročnú bilančnú správu. Obchodné záznamy spoločnosti zahŕňajúce kompletnú správu za posledné obdobie predchádzajúce začiatku súťaže.**
* **Výsledkový formulár, vzor pre zálohu svojich rozhodnutí (riešení) zadaných do nášho elektronického on-line systému.**
* **Štvrťročnú správu spoločnosti, obsahujúcu finančné a štatistické údaje a všeobecné informácie za toto obdobie. Každá posledná štvrťročná správa tímu slúži ako základ pre vypracovanie nových stanovísk a riešení.**

**Člen tímu, ktorý vyhral v minulosti národnej finále súťaže 1 krát alebo viac, nemôže sa tejto súťaže už zúčastniť. GMC sa uskutočňuje v dvoch kolách s tým, že každé z nich obsahuje 5 častí t.j. päť stanovísk, ktoré pokrývajú celé spektrum činností firmy (marketing, predaj, výrobu, logistiku, ľudské zdroje a financie).**

**Každý tím si zvolí svojho koordinátora a potom sa zoznámi s informáciami obsiahnutými v manuáli (všeobecná situácia spoločnosti a súčasné trhové postavenie jej produktov). Následne musí každý tím vypracovať vlastnú stratégiu a pripraviť prvý súbor rozhodnutí. Jedno strategické rozhodnutie pozostáva až zo 70 parametrov. Prijaté rozhodnutia sú tímami zapracované do štvrťročnej správy spoločnosti (management report) a tvoria základ pre prípravu ďalšej správy a všetkých nasledujúcich.**

**Pred zahájením 1. kola sú tímy počítačom náhodne rozdelené do skupín (5-8 tímov/skupina). V prvom kolo všetky tímy dostanú rovnakú históriu modelovej výrobnej firmy, ktorá pozostáva z piatich štvrťročných správ spoločnosti, na základe ktorých tímy nastavujú svoju stratégiu a prijímajú rozhodnutia.**

**Do posledného kola (Národného finále) postupuje 8 tímov zo skupín z predošlého kola.**