

CHARTRE DES STATUTS ET RÈGLEMENTS
HAPPENING MARKETING

HMM21
— EGUQTR

Dernière mise à jour : 15 septembre 2020

TABLE DES MATIÈRES

1. PRINCIPES FONDAMENTAUX.....	1
1.1. ORIGINE	1
1.2. RAISON D'ÊTRE	1
1.3. ACTIVITÉS DU HAPPENING MARKETING.....	1
2. UTILISATION DES GENRES.....	1
3. ABBRÉVIATIONS ET DÉFINITIONS	1
4. DISPOSITIONS DÉCLARATOIRES ET INTERPRÉTATIVES.....	3
4.1. NOM	3
4.2. SIGLE	3
4.3. LOGO OFFICIEL.....	3
4.4. SITE WEB OFFICIEL	4
4.5. CHARTE	4
4.5.1. <i>But</i>	4
4.5.2. <i>Modifications</i>	4
5. CONSEIL DU HAPPENING MARKETING	4
5.1. COMPOSITION ET MEMBRES	4
6. PARTICIPATION AU HAPPENING MARKETING	5
6.1. UNIVERSITÉS INVITÉES	5
6.2. COMPOSITION DES DÉLÉGATIONS	5
6.3. ÉLIGIBILITÉ.....	5
6.3.1. <i>Participant</i>	5
6.3.2. <i>Coordonnateur</i>	6
6.3.3. <i>Bénévole de délégation</i>	6
6.3.4. <i>Accompagnateur interne</i>	6
6.3.5. <i>Accompagnateur externe</i>	7
6.4. ATTESTATION D'ÉLIGIBILITÉ.....	7
6.5. ADMISSIBILITÉ SUR LES SITES	7
6.6. REMPLACEMENTS.....	8
6.6.1. <i>Remplaçants d'une délégation</i>	8
6.6.2. <i>Liste de remplaçants</i>	8

6.6.3.	<i>Procédures de remplacement</i>	9
6.6.4.	<i>Causes autorisées de remplacement</i>	9
7.	VOLET ACADÉMIQUE	9
7.1.	IMPORTANCE.....	9
7.2.	ÉPREUVES	9
7.2.1.	<i>Définition</i>	9
7.2.2.	<i>Modification à la liste des épreuves</i>	10
7.2.3.	<i>Rédaction des cas</i>	10
7.2.4.	<i>Éthique et propriété intellectuelle</i>	11
7.3.	PRINCIPES GÉNÉRAUX.....	11
7.3.1.	<i>Formations des équipes</i>	11
7.3.2.	<i>Langue</i>	11
7.3.3.	<i>Isolation</i>	12
7.3.4.	<i>Résolution</i>	13
7.3.5.	<i>Présentation</i>	13
7.3.6.	<i>Respect du temps alloué</i>	14
7.3.7.	<i>Grille d'évaluation</i>	15
7.4.	ÉVALUATION.....	16
7.4.1.	<i>Évaluateurs</i>	17
7.5.	UNE ÉQUIPE ACADÉMIQUE – DEUX (2) ÉPREUVES.....	17
7.6.	APPEL D'UNE DÉCISION.....	17
7.7.	PROCÉDURES EN CAS D'ÉGALITÉ.....	18
8.	VOLET SPORT	18
8.1.	IMPORTANCE.....	18
8.2.	ÉPREUVE.....	18
8.2.1.	<i>Choix de l'épreuve</i>	18
8.3.	ÉVALUATION.....	18
8.3.1.	<i>Évaluation</i>	18
8.3.2.	<i>Évaluateurs</i>	18
8.4.	DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE	19
8.4.1.	<i>Qualifications</i>	19
8.4.2.	<i>Règlement du sport</i>	19
8.4.3.	<i>Procédures en cas d'égalité</i>	19
8.4.4.	<i>Langue</i>	19
8.5.	FORMATION DES ÉQUIPES.....	20
8.5.1.	<i>Composition de l'équipe</i>	20

8.5.2.	<i>Capitaine</i>	20
8.5.3.	<i>APPEL D'UNE DÉCISION</i>	20
9.	VOLET SOCIAL	20
9.1.	IMPORTANCE.....	20
9.2.	ÉPREUVES	20
9.3.	ÉVALUATION.....	21
9.3.1.	<i>Grille d'évaluation</i>	21
9.3.2.	<i>Évaluateurs</i>	21
9.4.	DÉROULEMENT DES ÉPREUVES.....	21
9.4.1.	<i>Nature des épreuves</i>	21
9.4.2.	<i>Langue</i>	21
9.5.	FORMATION DES ÉQUIPES.....	21
9.6.	APPEL D'UNE DÉCISION.....	22
10.	VOLET PARTICIPATION	22
10.1.	IMPORTANCE.....	22
10.2.	DÉFINITION.....	22
10.3.	ÉVALUATION.....	22
10.3.1.	<i>Grille d'évaluation</i>	22
10.3.2.	<i>Évaluateurs</i>	22
10.3.3.	<i>Document à remettre</i>	23
11.	VOLET PROFESSIONNALISME	23
11.1.	IMPORTANCE.....	23
11.2.	DÉFINITION.....	23
11.3.	ÉVALUATION.....	23
11.3.1.	<i>Grille d'évaluation</i>	23
11.3.2.	<i>Évaluateurs</i>	23
12.	VOLET CONTRIBUTION	24
12.1.	IMPORTANCE.....	24
12.2.	DÉFINITION.....	24
12.3.	ÉVALUATION.....	24
12.3.1.	<i>Grille d'évaluation</i>	24
12.3.2.	<i>Évaluateurs</i>	24
12.3.3.	<i>Mise en candidature</i>	24
13.	VOLET HORS-COMPÉTITION	25

13.1. IMPORTANCE.....	25
13.2. COMITÉ DE L'ANNÉE	25
13.2.1. <i>Définition</i>	25
13.2.2. <i>Évaluation</i>	26
14. ÉVALUATION GLOBALE.....	26
ANNEXES	27
ANNEXE A : LISTE DES UNIVERSITÉS HÔTES DU HAPPENING MARKETING	27
ANNEXE B : LOGOS OFFICIEL DU HAPPENING MARKETING.....	28
ANNEXE C : DESCRIPTIONS DES ÉPREUVES ACADÉMIQUES	30
<i>Cas conventionnel</i>	30
<i>Épreuves académiques supplémentaires</i>	31
ANNEXE F : MISE À JOUR DE LA CHARTE.....	32
ANNEXE G : AMENDEMENT 2021	32

Les éléments suivants se trouvent à la Charte du RÉFAEC :

- Élection d'un Comité Organisateur
- Comité Organisateur
- Participation à la compétition
- Réunions
- Frais de participations aux compétitions
- Code d'éthique
- Procédures d'appel

1. PRINCIPES FONDAMENTAUX

1.1. ORIGINE

La première édition du Happening Marketing s'est déroulée en mars 1992, soit trois (3) ans après la première édition des Jeux du Commerce, ce qui en fait la deuxième compétition la plus ancienne du RÉFAEC.

1.2. RAISON D'ÊTRE

Le Happening Marketing vise à promouvoir les échanges entre les membres des différentes associations étudiantes des facultés d'administration des universités membres, le monde des affaires et à permettre aux participants de rivaliser avec leurs pairs dans une ambiance de camaraderie et de saine compétition. La compétition du HM se spécialise dans le domaine du marketing afin d'offrir aux étudiants de ce domaine d'études une expérience se rapprochant de leur futur milieu professionnel.

1.3. ACTIVITÉS DU HAPPENING MARKETING

Le Happening Marketing est la compétition interuniversitaire en marketing la plus importante dans l'Est du Canada. Regroupant dix (10) universités reconnues, cette compétition réunit plus de cinq-cents (500) étudiants de premier cycle passionnés et motivés par le domaine du marketing. Cette compétition, qui est mandatée par le RÉFAEC se déroule annuellement au mois de mars. Les participants sont impliqués dans l'un des quatre (4) volets présentés au HM : académique, social, sportif et participation.

2. UTILISATION DES GENRES

L'emploi du masculin est utilisé dans ce document uniquement dans le but d'alléger le texte.

3. ABBRÉVIATIONS ET DÉFINITIONS

Accompagnateur interne	Membre du comité de délégation ou toute autre personne impliquée dans la délégation ne participant pas au volet académique, sportif ou social.
------------------------	--

Accompagnateur externe	Membre hors délégation étant sous la responsabilité du comité de délégation qui l'inscrit.
Association membre	Association étudiante membre du RÉFAEC.
Bénévole CO	Bénévole étant sous la responsabilité du comité organisateur. Celui-ci ne fait pas partie d'une délégation. Le CO-HM a la responsabilité de ce bénévole durant toute la durée de la compétition.
Bénévole de délégation	Bénévole accompagnant une délégation lors de l'événement. La délégation a la responsabilité de ce bénévole durant toute la durée de la compétition.
CO-HM	Comité ayant comme mandat l'organisation complète de l'événement pour une édition précise. Il est le seul à se nommer comité organisateur et il revient au CO-HM de faire appliquer cette directive et surtout, de la préciser lors de la première réunion annuelle du Conseil du HM.
Coordonnateur	Personne responsable de la délégation d'une université. Durant la compétition, il est la personne-ressource pour rejoindre n'importe quel membre de sa délégation. Il fait le lien avec le CO ainsi que sa délégation.
Comité de délégation	Comité formé dans chacune des universités afin de former les délégations qui participeront à la compétition.
Conseil du HM	Conseil du Happening Marketing se rassemblant durant les congrès du RÉFAEC. Voir section 5 du document pour mieux comprendre ce Conseil.

Conseil du RÉFAEC	Conseil du Regroupement des facultés d'administration de l'Est du Canada se rassemblant durant les congrès de ce dernier. Ce conseil est constitué des représentants désignés des associations membres et des exécutants du RÉFAEC.
Conseil d'administration	Conseil d'administration du RÉFAEC formé au minimum des présidents et vice-présidents exécutifs de chaque université membre.
HM	Happening Marketing
Membres votants	Chaque université participante au HM a droit à un vote qui est exercé par le coordonnateur ou un représentant de sa délégation, lors du Conseil du HM.
RÉFAEC	Regroupement des étudiants des facultés d'administration de l'Est du Canada. Le RÉFAEC est l'entité chapeautant le Happening Marketing. Il s'assure que les décisions prises par le Conseil du HM respectent l'intégrité et assurent la pérennité de l'événement.

4. DISPOSITIONS DÉCLARATOIRES ET INTERPRÉTATIVES

4.1. NOM

Le nom de la compétition tel que protégé par marque de commerce est « Happening Marketing ».

4.2. SIGLE

Le sigle du Happening Marketing est HM.

4.3. LOGO OFFICIEL

Chaque comité organisateur doit choisir son propre logo. Son utilisation est réservée au comité organisateur de l'édition en cours. Une autre organisation telle qu'un comité de délégation peut toutefois en faire usage sur approbation par le CO-HM. Cette organisation doit s'assurer de respecter les consignes émises par le CO-HM sous réserve de se voir retirer cette autorisation d'utilisation.

L'approbation du logo officiel du HM s'effectue lors de la nomination du CO-HM.

4.4. SITE WEB OFFICIEL

L'établissement d'un site web et d'un nom de domaine est à la discrétion du CO-HM.

4.5. CHARTE

La Charte des statuts et règlements du Happening Marketing est la codification des principes fondamentaux, des règles et des textes d'application adoptés par le Comité Organisateur du Happening Marketing et le Regroupement Étudiant des Facultés d'Administration de l'Est du Canada. Elle régit l'organisation et le fonctionnement du CO-HM et fixe les conditions de la tenue du Happening Marketing. La Charte prédomine dans le cas d'un malentendu ou d'une contradiction. Il s'agit d'un énoncé de principe. Toute modification ayant un caractère particulier à une édition donnée ne doit pas être consignée dans ce document.

4.5.1. But

Le but de la présente charte est de lister les caractéristiques de l'événement et les principes fondamentaux qui s'appliqueront nonobstant l'édition de la compétition. L'intention de ce document est d'assurer la pérennité de l'événement.

4.5.2. Modifications

Toute modification, toute abrogation ou tout amendement à la Charte doit être présenté à une réunion du Conseil du HM et être adopté par une majorité absolue (50%+ 1) des votes, sauf si le point dans la charte donne une indication contraire.

Une fois votés, toutes modifications, abrogations ou amendements doivent être approuvés par le Conseil d'administration du RÉFAEC afin d'être effectifs. Si le CA refuse les changements proposés, ceux-ci seront considérés comme caducs. Si des modifications sont faites aux changements proposés par le Conseil HM à la suite d'un vote du Conseil d'administration, ces changements se doivent d'être approuvés par le Conseil HM avant d'être effectifs à la charte.

5. CONSEIL DU HAPPENING MARKETING

5.1. COMPOSITION ET MEMBRES

Le Conseil du HM est composé d'un maximum de deux (2) représentants désignés de chacune des universités membres du RÉFAEC participant au HM ainsi que du comité organisation du HM. Le représentant doit obligatoirement répondre aux critères d'éligibilité présentés à la section « Participant » et/ou « Coordonnateur ». Dans la situation où

l'université participante est composée d'étudiants participants partagés sur deux (2) campus différents il sera accepté qu'il y ait un (1) représentant désigné supplémentaire.

6. PARTICIPATION AU HAPPENING MARKETING

6.1. UNIVERSITÉS INVITÉES

Le CO-HM doit inviter toutes les universités membres du RÉFAEC participant au HM. Le Conseil du HM se réserve le droit d'ajouter des conditions d'admissibilité pour la participation de certaines d'entre elles de manière exceptionnelle, avec l'accord du Conseil du RÉFAEC.

À la suite de l'approbation par le Conseil du RÉFAEC, le CO-HM peut inviter une université non membre du RÉFAEC dans la mesure où celle-ci répond aux conditions imposées.

6.2. COMPOSITION DES DÉLÉGATIONS

Chaque université officiellement invitée doit former une délégation d'un maximum de trente-neuf (39) étudiants répartis comme suit :

- Coordonnateur (1)
- Volet académique (19)
- Volet sportif (8)
- Volet social (4)
- Bénévoles de délégation (4)
- Accompagnateurs (3)

Il est toutefois possible d'excéder ce nombre d'étudiants dans la situation où l'université participante est composée d'étudiants participants partagés sur deux (2) campus différents ou plus. Dans ce cas, il sera accepté qu'il y ait un (1) coordonnateur par campus.

Le CO-HM fixe le nombre d'accompagnateurs externes permis par université chaque année. Cette décision est également communiquée au plus tard à la réunion du Congrès d'automne.

6.3. ÉLIGIBILITÉ

6.3.1. Participant

Le participant doit être étudiant à un programme de premier cycle universitaire en administration, en gestion, en comptabilité ou en communication marketing. Dans le cas où le cours ou l'activité de son programme d'études ne ferait pas partie de la faculté encadrée

par l'association étudiante représentant sa délégation d'appartenance auprès du RÉFAEC, le participant doit payer une cotisation auprès de cette association étudiante afin d'être considéré comme membre cotisant au RÉFAEC et ainsi être éligible.

Le participant doit être inscrit à un minimum d'un (1) cours ou une (1) activité créditée de son programme d'études à la session durant laquelle est tenu le HM. L'étudiant inscrit au certificat peut se qualifier en tant que participant. L'étudiant admis dans un programme de 2^e cycle universitaire en administration, en gestion, en comptabilité ou en communication marketing à la session durant laquelle est tenu le Happening Marketing n'est pas admissible. Il est de la responsabilité du coordonnateur de fournir les informations nécessaires afin de prouver que le statut des membres de sa délégation est conforme.

Pour la légitimité des participants au Happening Marketing, l'attestation universitaire doit mentionner que l'étudiant est inscrit au premier cycle universitaire et doit également spécifier que ce même étudiant n'est pas inscrit à un programme de cycles supérieurs. Un diplômé d'un programme de cycle supérieur dans le domaine de l'administration qui effectue un retour au premier cycle universitaire n'est pas admissible comme participant au Happening Marketing.

6.3.2. Coordonnateur

Le coordonnateur doit être en voie d'obtenir ou avoir obtenu son baccalauréat dans l'université de la délégation qu'il représente. Un coordonnateur peut figurer sur la liste de remplacement de sa délégation s'il répond aux exigences d'éligibilité de la section « Participant ».

6.3.3. Bénévole de délégation

Un bénévole de délégation provient de l'université de la délégation qu'il représente. En aucun temps, le bénévole de délégation ne peut figurer sur la liste de remplacement de sa délégation. Il se doit de respecter les exigences d'éligibilité de la section « Participant ». Chaque délégation doit avoir un minimum de deux (2) bénévoles de délégation et un maximum de quatre (4) bénévoles de délégation.

6.3.4. Accompagnateur interne

Un accompagnateur interne est un membre du comité de délégation, ou toute autre personne impliquée dans une délégation, ne participant pas au volet académique, sportif ou social. Un accompagnateur interne répondant aux critères d'éligibilité du participant présentés à la section « Participant » et aux règlements relatifs à l'épreuve concernée peut figurer comme remplaçant.

Les accompagnateurs internes autorisés par le CO-HM (nombre d'accompagnateurs permis) peuvent assister à l'ensemble des activités du HM. Les accompagnateurs internes peuvent être vêtus de vêtements universitaires.

6.3.5. Accompagnateur externe

Un accompagnateur externe ne peut être compris dans les membres de la délégation. Les accompagnateurs externes peuvent assister aux compétitions académiques, sportives et sociales. Le CO-HM détermine chaque année les événements auxquels les accompagnateurs externes pourront assister, ainsi que le nombre d'accompagnateurs externes autorisés. Des frais additionnels pourraient être requis pour leur présence lors de ces événements.

Toutefois, ils ne peuvent afficher les couleurs de leur université lors des activités qui font partie de l'évaluation de la participation

6.4. ATTESTATION D'ÉLIGIBILITÉ

Chaque université doit témoigner de l'éligibilité des membres de sa délégation auprès du CO-HM. Pour ce faire, elle doit remettre un document officialisant l'éligibilité des membres avec signature/sceau du registraire, le nombre de crédits, le programme inscrit à la session d'hiver ayant lieu le HM ainsi que le nom du contact clé au registraire. L'attestation d'études doit également mentionner que l'étudiant est inscrit à un programme de premier cycle universitaire et doit spécifier que ce même étudiant n'est pas inscrit à un programme de cycle supérieur.

S'il est impossible d'obtenir le sceau du registraire, une université doit avoir l'autorisation du CO-HM afin de présenter un document sans celui-ci.

Le CO-HM se réserve le droit d'effectuer une vérification auprès du registraire.

6.5. ADMISSIBILITÉ SUR LES SITES

Les espaces de présentation du volet académique sont accessibles aux participants seulement.

Les estrades et les salles de présentation sont ouvertes au public en général. Advenant le cas où la capacité d'une salle ou d'un espace serait insuffisante, les critères suivants permettront d'en contrôler l'accès :

1. Partenaires du HM

2. Participants du HM
3. Professeurs des universités présentes
4. Public en général

Les lieux où les cérémonies se déroulent sont réservés aux membres de la délégation tels que désignés à la section « Délégation », aux accompagnateurs externes et aux intervenants invités par CO-HM.

Toute personne souhaitant assister à une présentation du volet académique peut se faire refuser l'accès si elle est identifiée par une université.

6.6. REMPLACEMENTS

6.6.1. Remplaçants d'une délégation

Exceptionnellement, certaines situations survenant durant le HM peuvent faire en sorte qu'un participant ne puisse pas participer à l'épreuve à laquelle il est inscrit. Afin d'éviter la disqualification de son équipe, une délégation peut voir au remplacement d'un ou de plusieurs participants dans la mesure où les causes de son incapacité sont justifiées à la section « Causes autorisées de remplacement ».

Un remplaçant est admissible s'il répond aux critères d'éligibilité du participant présentés à la section « Participant » et aux règlements relatifs à l'épreuve concernée. Notez qu'un accompagnateur répondant aux critères d'éligibilité du participant présentés à la section « Participant » et aux règlements relatifs à l'épreuve concernée.

Les remplacements sont possibles pour les épreuves sportives et sociales uniquement.

6.6.2. Liste de remplaçants

Le comité de délégation doit remettre au CO-HM, au plus tard à la date limite de modification des inscriptions, la liste de ses remplaçants.

Une délégation peut avoir, en remplacement officiel de son équipe sportive, deux (2) personnes remplaçantes, soit un (1) gars et une (1) fille.

Une délégation peut avoir, en remplacement officiel d'une équipe sociale un total de deux (2) personnes.

Aucun remplacement n'est autorisé au volet académique durant la fin de semaine de compétition. C'est donc dire qu'un remplacement ne pourrait avoir lieu qu'avant le début de la compétition.

6.6.3. Procédures de remplacement

Une délégation souhaitant effectuer le remplacement doit en faire la demande au CO-HM. Le CO-HM accepte ou non le remplacement après l'évaluation de la situation par les exécutants du CO-HM concernés. Un participant qui est remplacé par sa délégation ne pourra plus prendre part aux épreuves.

Il n'est pas possible d'effectuer un remplacement pendant le déroulement d'une épreuve. Le remplacement s'effectue uniquement avant le début d'une épreuve.

6.6.4. Causes autorisées de remplacement

Les causes autorisées de remplacement d'un participant durant le HM sont les suivantes :

- Blessure jugée suffisamment grave par le CO-HM
- Circonstances hors du contrôle du participant jugées suffisamment graves par le CO-HM

En aucun temps, une incapacité provoquée par un manque de jugement du participant ne sera acceptée comme cause autorisée de remplacement.

7. VOLET ACADÉMIQUE

7.1. IMPORTANCE

Le volet académique est le fleuron du Happening Marketing, car il représente plus de 50% de la délégation de chaque université. C'est une opportunité et une visibilité intéressante pour les partenaires et il permet d'assurer la pérennité de la réputation ainsi que le niveau d'excellence du Happening Marketing. Il représente soixante-quatre points (64) accordés dans l'évaluation globale d'une délégation.

7.2. ÉPREUVES

7.2.1. Définition

Les cas académiques conventionnels du HM sont les suivants :

- Marketing Stratégique
- Marketing Expérientiel

- Marketing Numérique
- Marketing B2B

Les épreuves académiques supplémentaires du HM sont les suivantes :

- Contrat
- Quiz
- Cas surprise

Des descriptions plus détaillées de ces cas académiques sont inscrites à l'Annexe C.

7.2.2. Modification à la liste des épreuves

Le retrait d'une épreuve, l'ajout d'une épreuve, la fusion de deux épreuves ou une révision majeure du contenu d'une épreuve constituent des modifications à la liste des épreuves.

Une modification pour plus d'une année ou une modification permanente à la liste des épreuves académiques du HM doit être votée par le Conseil du HM sujet aux règles en vigueur présentées à la section « Modification à la Charte ».

Toute modification à la liste des épreuves doit être adoptée au plus tard au Congrès d'automne. Une modification à la liste des épreuves pourrait être mise en vigueur après cette date dans la mesure où le comité organisateur est en faveur de la modification et que celle-ci soit approuvée par les membres du Conseil du HM par un vote à majorité absolue. Advenant que le CO-HM concerné ne soit pas encore considéré comme le CO-HM, il obtient nécessairement un droit de parole pour ce point lors des réunions.

7.2.3. Rédaction des cas

Les cas sont rédigés par le personnel enseignant de l'université hôte, par une corporation, un ordre particulier, un partenaire d'affaires ou encore une personne ou une organisation apte à rédiger des cas académiques.

En tout temps, le CO-HM doit s'assurer de l'impartialité du rédacteur, de la complète confidentialité dans laquelle le cas est rédigé et de l'originalité du cas (cas n'ayant jamais été utilisé dans le passé).

Afin de s'assurer du respect des différents critères, le CO-HM peut mettre sur pied un comité ou mandater une personne pour effectuer la révision des différents cas académiques.

7.2.4. Éthique et propriété intellectuelle

Les participants aux épreuves académiques doivent signer le formulaire d'éthique et de propriété intellectuelle qui indique que chacune des équipes renonce à la propriété intellectuelle de leurs idées.

7.3. PRINCIPES GÉNÉRAUX

7.3.1. Formations des équipes

7.3.1.1. Formation des équipes de cas académique conventionnel et de l'épreuve Quiz

Une équipe de résolution de cas académique conventionnel et de l'épreuve quiz est composée de trois (3) participants. Dans le cas où une université ne pourrait présenter trois (3) participants, elle est autorisée à faire la résolution avec une équipe réduite à deux (2) participants après en avoir informé le CO-HM. Une université ne peut participer à une épreuve académique si elle n'y présente qu'un (1) seul participant.

7.3.1.2. Formation des équipes de l'épreuve Contrat

Une équipe de résolution de l'épreuve Le Contrat est composée de quatre (4) participants. Dans le cas où une université ne pourrait présenter quatre (4) participants, elle est autorisée à faire la résolution avec une équipe réduite à trois (3) participants après en avoir informé le CO-HM. Une université ne peut participer à cette épreuve si elle n'y présente qu'un (1) seul participant ou deux (2) participants.

7.3.1.3. Formation des équipes du Cas surprise

Pour participer au Cas surprise, le participant doit répondre aux exigences d'éligibilité de la charte et faire partie de la délégation.

7.3.2. Langue

7.3.2.1. Langue des cas académiques

Lors de l'inscription de chacune des équipes, l'université doit préciser la langue de préférence de l'équipe. Les équipes ayant opté pour le français recevront trois (3) copies du cas en français et une (1) en anglais. Les équipes ayant opté pour l'anglais recevront trois (3) copies du cas en anglais et une (1) en français. Pour les équipes de l'épreuve Le Contrat, ils recevront quatre (4) copies.

Toute présentation peut se faire en langue française et/ou anglaise sans risque de discrimination envers les participants.

7.3.2.2. Langue de l'épreuve Quiz

Les questions seront disponibles en français et en anglais et seront divulguées dans les deux (2) langues aux participants. Sauf entente entre les membres des deux (2) équipes s'affrontant, les questions seront lues par l'animateur du Quiz en français.

7.3.3. Isolation

7.3.3.1. Isolation des cas académique conventionnels et l'épreuve Quiz

Afin d'assurer qu'aucun participant ne bénéficie d'informations privilégiées avant de commencer sa période de résolution, les participants des cas académiques doivent se présenter en salle d'isolation au moment prévu par le CO-HM.

Toute équipe se présentant en retard à la salle d'isolation est disqualifiée et son université se voit attribuer la note de zéro (0) au classement général pour l'épreuve de l'équipe en question.

Aucun effet personnel n'est accepté dans la salle d'isolation, à l'exception du matériel autorisé par le CO-HM et une calculatrice scientifique (non programmable). Les portefeuilles, sacs à main, téléphones cellulaires, montres intelligentes, ordinateurs portatifs, clés USB, notes de cours, manuels, papeteries et autre matériel sont interdits lorsque l'équipe entre en isolation. La possession d'un ou de plusieurs objets prohibés en salle d'isolation entraîne la disqualification automatique du participant fautif. Le CO-HM ne se porte pas responsable des effets personnels confisqués.

Le CO-HM a la responsabilité d'empêcher toutes communications des participants en isolation avec d'autres personnes durant cette période et se doit de contrôler les accès et les déplacements autour de la salle d'isolation.

7.3.3.2. Isolation de l'épreuve Contrat

Les règles entourant l'isolation de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentants de délégation au plus tard au Congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

7.3.3.3. Isolation du Cas surprise

Puisque les présentations sont privées et non diffusées en temps réel en ligne, aucune isolation n'est nécessaire pour résoudre l'épreuve.

7.3.4. Résolution

7.3.4.1. Résolution des cas académique conventionnels

Chaque équipe se verra attribuer une salle de résolution adéquate afin de préparer sa présentation. Une présentation PowerPoint est exigée durant la présentation devant jury. La période de résolution est d'une durée fixe de trois (3) heures.

Tout le matériel nécessaire à la résolution d'un cas sera fourni par le comité organisateur. Tout effet personnel est interdit lors de la résolution à l'exception du matériel exigé par le CO-HM. Celui-ci s'assure de prévoir des ordinateurs de surplus en cas de bris. Toutefois, il n'est pas responsable des pertes de temps encourues et aucun temps additionnel ne sera accordé à une équipe.

Le CO-HM s'assure de la confidentialité et de la destruction des documents produits par les équipes durant leur résolution. Il s'assure également de conserver la vidéo de présentation, afin de la conserver dans les archives de la plateforme web du RÉFAEC.

Le CO-HM s'assure qu'un bénévole se présentera quinze (15) minutes avant la fin de la résolution pour effectuer une copie de la présentation PowerPoint. C'est cette copie qui sera imprimée et donnée au jury.

7.3.4.2. Résolution de l'épreuve Contrat

Les règles entourant la résolution de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentants de délégation au plus tard au Congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

7.3.4.3. Résolution du Cas surprise

Le cas sera remis environ deux (2) semaines avant le début de la compétition, donc la période de résolution est préalable au Happening Marketing. Il n'y aura pas de temps de résolution accordé durant la compétition. Les candidats attendront en isolation le moment venu de présenter. La présentation qui sera utilisée lors de la compétition doit être remise le jeudi midi (12h00) précédant le début de la compétition.

7.3.5. Présentation

7.3.5.1. Présentation des cas académique conventionnels et du Cas surprise

Chaque équipe dispose de vingt (20) minutes afin de présenter son cas aux juges.

Le chronométreur présente une affiche lorsqu'il reste dix (10) minutes, cinq (5) minutes, deux (2) minutes et trente (30) secondes à la présentation. Lors des dix (10) dernières secondes, il indique, à l'aide de ses deux mains, le nombre de secondes restantes. Une équipe n'ayant pas terminé sa présentation après vingt (20) minutes se verra arrêter par le chronométreur afin de passer à la période de questions.

Une période de questions d'une durée maximale de cinq (5) minutes est allouée au jury à la fin de la présentation.

7.3.5.2. Présentation de l'épreuve Contrat

Les règles entourant la présentation de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentants de délégation au plus tard au Congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

7.3.5.3. Rondes et pointage du Quiz

Les règles entourant les rondes et le pointage de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentants de délégation au plus tard au Congrès du RÉFAEC d'automne précédent l'édition de la compétition.

7.3.6. Respect du temps alloué

7.3.6.1. Respect du temps alloué pour les cas conventionnels et du Cas surprise

La présentation des participants est d'une durée minimale de dix-huit (18) minutes. Il y a pénalité d'un (1) point par tranche d'une (1) minute manquante sous ce seuil minimum, sans limites de perte de points.

Une équipe dont la présentation est d'une durée de moins de quinze (15) minutes sera disqualifiée et obtiendra une note de zéro (0) au classement général pour son université dans cette épreuve.

Un pointage final égal à zéro (0) pour une équipe aux cas académiques mène également à disqualification immédiate de l'équipe et à une note de zéro (0) au classement général pour l'université dans cette épreuve.

7.3.6.2. Respect du temps alloué pour l'épreuve Contrat

Les règles entourant le respect du temps alloué de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un

document externe à la Charte et remises aux représentants de délégation au plus tard au Congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

7.3.7. Grille d'évaluation

La grille d'évaluation pour les cas académiques conventionnels et le cas surprise, qui est basée sur des critères suggérés, est un outil servant à appuyer les membres du jury dans leur réflexion et leur choix qui viendront constituer le classement final. Tous les participants recevront la même grille d'évaluation pour ce qui est de la présentation.

La grille d'évaluation des cas académiques comprend quatre (4) volets :

- Résolution du cas : 60 %
- Présentation au jury : 30 %
- Développement durable : 5%
- Période de question : 5%

Volet Résolution – 60%	
Structure, développement et cohérence	20%
Qualité du fil conducteur	
Organisation et cohérence des idées	
Argumentation et résolution	30%
Compréhension du mandat et discernement de la problématique	
Exactitude des informations	
Quantité et qualité des arguments	
Profondeur de l'analyse	
Pertinence de la conclusion	
Originalité et professionnalisme	10 %
Innovation et audace	
Respect des balises professionnelles dans les recommandations et les solutions proposées	

Volet Présentation – 30%	
Qualité de la présentation	10%
Qualité du support visuel	
Suivi d'un plan de présentation et évolution claire de ce dernier	
Qualité du langage utilisé	10%
Richesse de grammaire et du vocabulaire utilisé	
Aisance d'élocution	10 %
Aptitude à s'exprimer clairement	
Aptitude à bien utiliser le ton et le débit de sa voix	

Développement Durable – 5%	
Respect du développement durable	5%
Bien-être des individus et des sociétés, bonne croissance économique, protection de l'environnement	
Période de question – 5%	
Répond bien aux questions du jury	5%
Respect du temps	
Présentation : Perte de 1 point entre 17-18 minutes, perte de 2 points entre 16-17 minutes, perte de 3 points entre 15-16, disqualification si inférieure à 15 minutes	
Tour de parole : Tous les membres de l'équipe doivent prendre la parole pendant au moins 1 minute, perte de 10 points si ce n'est pas le cas.	

7.4. ÉVALUATION

Dans le contexte des affaires actuel, chaque acteur se doit d'être sensibilisé au rôle que doivent prendre l'éthique et le développement durable en entreprise. Ces deux (2) volets sont partie intégrante de toute solution et de sa mise en application. Ils doivent respecter le savoir-être et savoir-faire d'un gestionnaire compétent et responsable.

Un guide d'évaluation spécifique à chaque cas est rédigé par le responsable du cas concerné afin qu'il puisse être utilisé par les juges. Ce guide les aidera à identifier les éléments importants de résolution qui devraient être soulevés par les participants et servira à déterminer le pointage accordé. Il est à noter que les éléments non pondérés et énumérés dans la grille d'évaluation sont des éléments qui seront pris en compte par le jury, selon le contexte de la problématique. Ces éléments sont des lignes directrices afin d'aider le jury dans son évaluation. Le jury sera invité à poser au moins une question pour chaque équipe. En l'absence de question, tous les points seront accordés pour la période de questions.

Tous les membres de l'équipe doivent prendre la parole au cours de la présentation. Si au cours d'une présentation, un des membres de l'équipe ne prend pas la parole durant au moins une (1) minute, l'équipe se verra pénalisée de dix (10) points sur sa note finale (10%).

Un pointage final égal à zéro (0) pour une équipe académique mène à une disqualification immédiate de celle-ci et à une note de zéro (0) au classement général pour l'université dans cette épreuve.

7.4.1. Évaluateurs

Il est recommandé au CO-HM d'offrir la possibilité à ses partenaires d'affaires de siéger en tant que juges lors des différentes épreuves académiques au programme du HM. Idéalement, le rédacteur du cas doit faire partie du jury, afin de clarifier les subtilités cachées dans les questions du cas qu'il a soumis. Dans la mesure du possible, à moins d'un cas de force majeure, le nombre de juges est de minimum trois (3) et de maximum sept (7) et un panel impair est priorisé afin d'éviter les situations d'égalité. Il est fortement suggéré que la totalité des membres du jury soit bilingue.

Un évaluateur ne peut être un ancien participant des deux (2) éditions précédentes du HM au sein d'une délégation. Le partenaire d'affaires aura préséance sur cette règle

7.5. UNE ÉQUIPE ACADÉMIQUE – DEUX (2) ÉPREUVES

Afin de permettre à chacune des délégations d'accumuler un maximum de points lors de la compétition, il est autorisé pour une même équipe ou un participant (à raison d'un participant par délégation par édition du HM) de prendre part à deux (2) cas académiques distincts. L'université qui désirera opter pour l'une de ces solutions devra en aviser le Conseil du HM, au maximum, lors du congrès d'hiver.

Cette option est une solution de dernier recours et aucune modification à l'horaire établi ne sera apportée pour accommoder l'université concernée. L'université dont une même équipe réalise deux (2) cas académiques s'avérant en conflit d'horaire et qui devient apte à former une nouvelle équipe devra en informer le CO-HM. Ce dernier doit autoriser ce changement avant que l'université procède à son inscription, dans la mesure de ses capacités.

7.6. APPEL D'UNE DÉCISION

L'évaluation du jury d'une épreuve académique ne peut être remise en question et les résultats qui en découlent sont sans appel.

Toutefois, le non-respect d'une ou de plusieurs sections de la Charte du HM, le non-respect des règlements spécifiques à une épreuve, les procédures utilisées ou les cas d'injustice flagrants peuvent faire l'objet d'un appel tel que le décrit la section « Procédures d'appel ».

Le CO-HM assure l'enregistrement vidéo des présentations des cas académiques et des débats oratoires et conserve une copie de ces enregistrements au cas où un jugement devrait être posé. Le CO-HM n'est toutefois pas responsable de la perte ou le non-enregistrement des vidéos liées à l'erreur humaine des gens responsables de l'enregistrement des vidéos.

7.7. PROCÉDURES EN CAS D'ÉGALITÉ

En cas d'égalité entre deux ou plusieurs universités dans une épreuve académique, chacune des équipes se verra attribuer la totalité des points de la position pour laquelle il y a égalité.

8. VOLET SPORT

8.1. IMPORTANCE

Le volet sportif revêt une importance particulière puisqu'il encourage l'équilibre entre un corps sain et un esprit sain. Le volet sportif inclut une (1) activité. Il représente neuf points et demi (9,5) de l'évaluation globale d'une délégation.

8.2. ÉPREUVE

8.2.1. Choix de l'épreuve

Le sport choisi doit être un sport non conventionnel qui se joue en équipe et de façon sécuritaire. Un service de premiers soins est disponible sur le lieu de l'activité.

Par souci d'équité, il est suggéré de choisir une activité qui n'avantageront pas certaines délégations par rapport à d'autres. Le dévoilement du sport doit se faire lors du Congrès d'hiver lorsque chacune des délégations aura remis leur fichier complet des membres de leur équipe sportive.

8.3. ÉVALUATION

8.3.1. Évaluation

Les résultats des équipes sportives s'évaluent en fonction des règlements des sports présentés par le CO-HM.

8.3.2. Évaluateurs

Il est obligatoire d'avoir des arbitres sur place pour arbitrer les matchs, que ce soit un sport habituellement auto-arbitré ou non. Ils ont été formés par le CO-HM sur le fonctionnement et les règlements propres au HM. Il est souhaitable de les rémunérer afin de les encourager à assurer une prestation de qualité.

Le CO-HM coordonne et contrôle le travail des évaluateurs des épreuves sportives.

8.4. DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE

8.4.1. Qualifications

L'épreuve sportive se déroule en fonction du sport choisi et de l'interprétation qu'en fait le CO-HM.

8.4.2. Règlement du sport

L'épreuve sportif doit bénéficier de règlements clairs et expliqués dans un guide des règlements remis au plus tard au Congrès d'hiver aux coordonnateurs de délégation. Si des modifications doivent être apportées pour ajuster le sport, la date limite est une (1) semaine après la tenue du tournoi sportif ou minimum dix (10) jours avant la tenue du HM.

Afin d'éviter toute interprétation des règlements, le CO-HM a la responsabilité de fournir des règlements clairs et précis, particulièrement en ce qui trait à l'équipement autorisé.

8.4.3. Procédures en cas d'égalité

En cas d'égalité entre deux ou plusieurs équipes lors de l'épreuve sportive au moment d'établir un classement, les équipes seront départagées en fonction des critères suivants :

1. Le nombre de victoires
2. Le différentiel des buts marqués et alloués
3. Le plus de buts marqués
4. Le moins de buts alloués
5. Le résultat du match entre les deux équipes à égalité (si disponible)
6. Tirage au sort

En cas d'égalité entre deux équipes lors d'un match de finale (finale et consolation), une période de prolongation, telle que définie dans les règlements du sport concerné, aura lieu. Si ces règlements ne font pas état d'une procédure pour bris d'égalité, une période de prolongation de cinq (5) minutes aura lieu où le premier point marqué mettra fin à la partie et désignera l'équipe gagnante. Si aucun point n'est marqué durant cette période, des périodes de prolongation supplémentaires auront lieu jusqu'à la désignation d'une équipe gagnante.

8.4.4. Langue

La langue utilisée lors des compétitions sportives est le français. Les comités de délégation ont la responsabilité de désigner un capitaine d'équipe apte à comprendre et à s'exprimer dans cette langue.

8.5. FORMATION DES ÉQUIPES

8.5.1. Composition de l'équipe

Une équipe sportive est composée de huit (8) participants dans laquelle les membres de sexe féminin et les membres de sexe masculin représentant chacun 50% de l'équipe totale. La composition finale des équipes doit être fournie au Congrès d'hiver et ne peut être modifiée après cette remise.

8.5.2. Capitaine

Chaque équipe doit élire un capitaine qui devra s'identifier à l'arbitre et au capitaine adverse au début de chaque partie. Outre le coordonnateur de la délégation, le capitaine est le seul membre à pouvoir représenter son équipe auprès des arbitres ou des instances concernées en cas de litige. Il est aussi le représentant désigné dans chaque situation où une décision devra être prise d'un côté comme de l'autre.

8.5.3. APPEL D'UNE DÉCISION

Les décisions basées sur le jugement d'un arbitre à l'épreuve sportive ne peuvent être remises en question et les résultats qui en découlent sont sans appel.

Toutefois, le non-respect d'une ou de plusieurs sections de la Charte du HM, le non-respect des règlements spécifiques à l'épreuve, les procédures utilisées, la discipline des participants, la possibilité de tricherie ou les cas d'injustice flagrants peuvent faire l'objet d'un appel tel que le décrit la section « Procédures d'appel ».

9. VOLET SOCIAL

9.1. IMPORTANCE

Le volet social peut comporter des activités diverses qui tenteront, en majorité, d'inclure les notions de socialisation et d'entraide. Le volet social vient mettre en valeur l'esprit créatif et artistique des participants, les poussant à sortir de leurs zones de confort. Ce volet représente neuf points et demi (9,5) points de l'évaluation globale d'une délégation.

9.2. ÉPREUVES

Une activité intégrale et thématique devra être au programme du volet social. Ce choix est laissé à la discrétion du CO-HM. Certaines épreuves de ce volet devront cependant demeurer secrètes jusqu'au début de l'activité. Le CO-HM doit obligatoirement présenter la vision du volet social lors du congrès d'hiver.

9.3. ÉVALUATION

9.3.1. Grille d'évaluation

La grille d'évaluation du volet social est présentée par le CO-HM aux coordonnateurs de délégation au maximum au Congrès d'hiver. Cette grille doit détailler chacun des critères à être évalués pour le volet social ainsi que démontrer le pourcentage de points attribué à chacun de ces critères. Suite à l'adoption de cette grille, aucune modification ne pourra être apportée.

9.3.2. Évaluateurs

Le volet social est évalué par le vice-président social du CO-HM. Celui-ci peut choisir de s'adjoindre des services de son équipe. Dans la mesure du possible, à moins d'un cas de force majeure, le nombre de juges est de minimum trois (3) et de maximum sept (7) et un panel impair est priorisé afin d'éviter les situations d'égalité.

9.4. DÉROULEMENT DES ÉPREUVES

9.4.1. Nature des épreuves

Il est nécessaire de sélectionner des activités qui sont respectueuses de la raison d'être du HM. Les activités incluant les boissons alcoolisées et le tabac ou pouvant porter atteinte à la dignité des participants sont interdites. Toutes épreuves faisant appel à la nudité, à la sexualité ou à une consommation excessive ne seront pas tolérées.

Une épreuve jugée de mauvais goût par des participants pourrait faire l'objet d'un appel auprès des membres du Conseil du HM durant l'événement. Le Conseil déterminera alors la pertinence d'intégrer les résultats de cette épreuve au classement final.

9.4.2. Langue

La participation aux épreuves du volet social peut se faire en langue française et/ou anglaise sans risque de discrimination envers les participants. Les consignes des différentes épreuves sont transmises en français et en anglais.

Toutefois, considérant la particularité du volet social, il est possible que les interactions ne puissent être tenues de manière complètement bilingue. Une telle situation ne peut pas faire l'objet d'un appel.

9.5. FORMATION DES ÉQUIPES

Une équipe sociale est formée de quatre (4) participants maximum.

Une équipe ne pouvant présenter une équipe complète pourra participer à la compétition avec une équipe de moins de quatre (4) participants avec l'accord du CO-HM.

9.6. APPEL D'UNE DÉCISION

L'évaluation du jury d'une épreuve sociale ne peut être remise en question et les résultats qui en découlent sont sans appel.

Toutefois, le non-respect d'une ou de plusieurs sections de la Charte du HM, des procédures utilisées, de la discipline des participants, de la possibilité de tricherie ou les cas d'injustice flagrants peuvent faire l'objet d'un appel tel que le décrit dans la section « Procédures d'appel ».

10. VOLET PARTICIPATION

10.1. IMPORTANCE

Un total de sept (7) points sera accordé aux universités pour leur participation générale à la réussite du HM.

10.2. DÉFINITION

Le volet participation s'évalue avant et pendant la compétition. Il prend en compte la participation des délégués aux activités avant et pendant la compétition, en plus d'évaluer la créativité des délégués lors de diverses épreuves

10.3. ÉVALUATION

10.3.1. Grille d'évaluation

La grille d'évaluation du volet participation est créée par le CO-HM et est remise aux coordonnateurs au maximum au Congrès d'automne. Cette grille doit détailler chacun des critères à être évalués pour le volet participation ainsi que démontrer le pourcentage de points attribué à chacun de ces critères. Suite à l'adoption de cette grille, aucune modification ne pourra être apporté.

10.3.2. Évaluateurs

Le CO-HM met sur pied le groupe d'évaluateurs et il en est responsable. Il en détermine le nombre selon ses besoins. Ce groupe est composé comme suit :

- Exécutants du CO-HM

- Directeurs
- Responsables des hôtels
- Agents de sécurité œuvrant sur les divers sites
- Arbitres
- Juges du volet participation

10.3.3. Document à remettre

Chaque comité de délégation devra faire parvenir au CO-HM, avant la date fixée par celui-ci, un document d'une page expliquant en quoi il apportera un apport à la compétition en lien avec la participation.

11. VOLET PROFESSIONNALISME

11.1. IMPORTANCE

Un total de cinq (5) points sera accordé aux universités pour leur professionnalisme lors de la compétition.

11.2. DÉFINITION

Le volet professionnalisme se définit par un environnement professionnel et de respect dans toutes les sphères de la compétition autant en personne qu'à travers les réseaux sociaux. Il a également pour objectif de promouvoir le côté professionnalisme de la compétition et de démontrer la valeur de l'honnêteté, de l'intégrité et du respect.

11.3. ÉVALUATION

11.3.1. Grille d'évaluation

La grille d'évaluation du volet professionnalisme est créée par le CO-HM et est remise aux coordonnateurs au maximum au Congrès d'automne. Cette grille doit détailler chacun des critères à être évalués pour le volet participation ainsi que démontrer le pourcentage de points attribué à chacun de ces critères. Suite à l'adoption de cette grille, aucune modification ne pourra être apporté.

11.3.2. Évaluateurs

Le CO-HM met sur pied le groupe d'évaluateurs et il en est responsable. Il en détermine le nombre selon ses besoins. Ce groupe est composé comme suit :

- Exécutants du CO-HM

- Directeurs
- Responsables des hôtels
- Agents de sécurité œuvrant sur les divers sites
- Arbitres
- Juges du volet participation

12. VOLET CONTRIBUTION DD

12.1. IMPORTANCE

Afin de véhiculer une image positive du HM, le CO-HM récompense la délégation qui, avant le HM, s'est le mieux impliquée dans sa collectivité. Bien qu'il ne nécessite aucune inscription, ce volet représente cinq (5) points de l'évaluation globale.

12.2. DÉFINITION

Le volet contribution DD implique que les délégations mettent sur pied une ou plusieurs activités au sein de leur communauté qui permettra de mettre en valeur le HM.

12.3. ÉVALUATION

12.3.1. Grille d'évaluation

La grille d'évaluation du volet contribution DD est créée par le CO-HM et est remise aux coordonnateurs au maximum au Congrès d'automne. Cette grille doit détailler chacun des critères à être évalués pour le volet participation ainsi que démontrer le pourcentage de points attribué à chacun de ces critères. Suite à l'adoption de cette grille, aucune modification ne pourra être apporté.

12.3.2. Évaluateurs

L'évaluation de la contribution des délégations se fait par le CO-HM avant la tenue du HM.

12.3.3. Mise en candidature

Chaque comité de délégation devra faire parvenir au CO-HM, avant la date fixée par celui-ci, un document expliquant son volet contribution. Ce document devra présenter le détail de chaque activité, le nombre d'heures de bénévolat effectuées pour l'activité et le nombre de personnes de la délégation impliquées dans l'activité. Une lettre de l'organisme pour chaque activité sera obligatoire pour confirmer le bénévolat effectué par chaque délégation. De plus, il sera laissé à la discrétion de chaque comité de délégation d'envoyer au CO-HM toute autre

forme de document présentant leur projet communautaire (vidéo, dossier de presse ou autres).

13. VOLET HORS-COMPÉTITION

13.1. IMPORTANCE

Le volet hors compétition, bien qu'il ne fasse pas partie de l'évaluation globale des compétitions, est essentiel à l'ambiance du HM. En effet, ce volet reconnaît l'implication et les efforts constants de différentes personnes liées au HM. Il permet de remercier chacune d'entre elles de leur engagement à faire du HM l'événement qu'il est devenu.

13.2. COMITÉ DE L'ANNÉE

13.2.1. Définition

Respect des échéanciers – 25%	
Inscriptions des participants	
Paiements	
Dépôt de sécurité	
Remise de tout autre livrable	
Contribution lors des réunions du Conseil HM – 10%	
Présence aux réunions	
Ponctualité	
Pertinence des observations	
Respect des procédures de réunions	
Tenue appropriée	
Attitude et collaboration avec le CO-HM, Qualité et rapidité des communications – 10%	
Attitude générale	
Constance dans les représentants	
Communication : La bonne personne	
Comité de délégation – 45%	
Travail auprès de la délégation	15%
Recrutement, coaching, pratiques, etc.	
Travail auprès de la communauté	15%
Visibilité externe : étudiants, professeurs, milieu des affaires, etc.	
Propagation de l'ambiance HM	15%

Motivation de la délégation (activité de rapprochement, etc.)
Interactions avec les autres délégations
Amélioration et progression du comité – 10%
Nouveautés dans la préparation
Améliorations et évolution dans les méthodes de gestion

Le prix Comité de l'année a pour objectif de reconnaître l'excellence du travail d'un comité de délégation qui s'est distingué au cours de l'année, tant auprès du CO-HM qu'auprès de sa délégation et de son université.

13.2.2. Évaluation

13.2.2.1. Grille d'évaluation

Le CO-HM doit prendre en considération la réalité propre aux différentes universités dans son évaluation.

13.2.2.2. Évaluateurs

La nomination du comité de l'année revient au CO-HM.

14. ÉVALUATION GLOBALE

L'évaluation globale de chacune des délégations se calcule à partir de la somme des points obtenus lors des différentes épreuves.

Chaque équipe reçoit un pointage accordé en fonction de sa position au classement de son activité. Ce pointage est pondéré en fonction de la valeur en pourcentage de l'activité. La somme de ces pondérations représente le résultat global d'une délégation.

ANNEXES

ANNEXE A : Liste des universités hôtes du Happening Marketing

2002 : Université de Sherbrooke

2003 : Université McGill

2004 : Université du Québec à Chicoutimi

2005 : Université du Québec en Outaouais

2007 : John Molson School of Business

2008 : Université Laval

2009 : HEC Montréal

2010 : Université de Sherbrooke

2011 : John Molson School of Business

2013 : HEC Montréal

2014 : Université Laval

2015 : Université du Québec à Trois-Rivières

2016 : Université du Québec à Rimouski – Campus Lévis

2018 : HEC Montréal

2019 : École de Gestion de l'Université de Sherbrooke

2021 : École de Gestion de l'Université du Québec à Trois-Rivières

ANNEXE B : Logos officiel du Happening Marketing

<p>Happening Marketing 2014</p>	
<p>Happening Marketing 2015</p>	
<p>Happening Marketing 2016</p>	
<p>Happening Marketing 2018</p>	

<p>Happening Marketing 2019</p>	 <p>HAPPENING MARKETING 2019 Université de Sherbrooke</p>
<p>Happening Marketing 2021</p>	 <p>HM21 EGUQTR</p>

ANNEXE C : Descriptions des épreuves académiques

Cas conventionnel

Marketing Stratégique

Cherchant à fixer des objectifs concrets et à prendre les meilleures décisions, le marketing stratégique consiste en une analyse et une étude approfondie de l'environnement d'une entreprise. Les résultats obtenus serviront principalement à mettre en œuvre les forces de l'entreprise, à faire face plus rapidement aux changements, à saisir les tendances de la population ciblée ainsi qu'à augmenter la rentabilité à long terme. Représentant généralement un engagement considérable pour une entreprise, ce cas permettra de bâtir une vision à long terme tout en établissant des objectifs à court terme ainsi que des tactiques nécessaires pour y arriver.

Marketing Expérientiel

Ayant une orientation promotionnelle ou publicitaire, le marketing expérientiel a pour but d'engager le consommateur dans une relation unique avec la marque. Défini comme une forme moderne de communication, l'expérientiel cherche à stimuler les émotions et les réactions de son audience. Avec l'originalité au cœur de sa stratégie, ce cas permettra d'instaurer ou de bonifier la notoriété et la relation client en créant ainsi une valeur ajoutée au produit ou au service.

Marketing Numérique

Actuellement présent dans la majorité des offensives marketing, le numérique est un atout indispensable pour toute entreprise désirant tailler sa place dans un marché plus compétitif que jamais. Représentant la relève et l'innovation dans ce domaine, il est primordial d'incorporer cet aspect au Happening Marketing. Ce cas permettra d'aborder la présence grandissante des entreprises sur le plan numérique. En ce sens, cette épreuve portera sur divers aspects tels que l'Internet, les applications cellulaire ou tablettes, le référencement ainsi que sur la conversion des consommateurs. De plus, les informations digitales seront au cœur de la stratégie numérique.

Marketing B2B

Le marketing en milieu d'affaires, connu sous le nom de *business to business*, est un défi constant pour les entreprises qui doivent entretenir des relations avec leurs partenaires, leurs compétiteurs, leurs clients, et bien d'autres parties prenantes. Complexe à quantifier, mais sans aucun doute un des plus importants, le commerce interentreprises consiste principalement à établir une relation positive et durable avec ses divers partenariats. Ce cas

portera sur l'ensemble des activités permettant la création ou le renforcement de ces liens professionnels.

Épreuves académiques supplémentaires

Contrat

Le contrat favorise une expérience telle vécue en agence marketing. Il s'agit de développer une campagne marketing en équipe de quatre et de la vendre au jury en une journée composée de trois rondes. L'équipe présentera son agence avec sa mission, sa vision, ses objectifs, etc. afin de gagner l'appel d'offres. La réflexion stratégique, la création publicitaire, ainsi que l'achat et le placement média seront au rendez-vous. Avant le Happening Marketing, les équipes devront créer une identité visuelle pour leur agence (logo et image de marque).

Quiz

Le Quiz est un défi de génie en herbe venant tester les connaissances des participants quant à l'actualité marketing. En effet, le quiz comprend plusieurs sections : logos et slogans, réponses courtes, choix multiples, vrai ou faux, bref pour tous les goûts! Les participants recherchés doivent manier parfaitement la gestion du stress et faire preuve de rapidité, de polyvalence, de forte habileté de mémorisation et d'une bonne cohésion d'équipe. La compétition sera féroce!

Cas surprise

Le cas surprise se définit par la créativité et peut être composé par toutes les sphères du marketing. Ne sachant pas à quelle sphère du marketing le cas sera consacré, l'équipe doit être diversifiée afin d'avoir un éventail large de connaissance en marketing. Le cas est résolu avant la compétition.

ANNEXE F : Mise à jour de la Charte HM

2021	
	Restructuration complète de la Charte
7.3.7.	Grille académique

ANNEXE G : Amendement 2021

VOLET CONTRIBUTION DD

12.3.3. Mise en candidature

Chaque comité de délégation devra faire parvenir au CO-HM, avant la date fixée par celui-ci, un document confirmant l'engagement à participer au volet Contribution DD et doit inclure un plan d'action d'une page expliquant comment la délégation prendra part au volet. De plus, il sera laissé à la discrétion de chaque comité de délégation d'envoyer au CO-HM toute autre forme de document présentant leur projet communautaire (vidéo, dossier de presse ou autres).