

尖峰时刻

山东省

第三届“尖峰时刻” 商业模拟大赛

INVITATION
邀请函

主 办 方：中国海洋大学管理学院
中国海洋大学MBA教育中心
技术支持方：芬兰CESIM公司
济南华峻科技有限公司



QQ扫码加入大赛群



山东省第三届“尖烽时刻”商业模拟大赛暨第十三届“尖烽时刻” 全国商业模拟大赛山东赛区选拔赛邀请函

“尖烽时刻”赛事：

“尖烽时刻”（Peak Time）商业模拟大赛是源于瑞典斯德哥尔摩经济学院（Stockholm School of Economics）主办的全球知名商科模拟大赛 PEAK TIME。现全球赛事由北欧模拟教学联盟教育中心主办，联盟教育中心由芬兰教育部和北欧数所高校组成。赛事 2008 年引入中国后已在中国成功举办了十二届全国比赛，吸引了全国各地 160 多所院校，累计数万学生参赛。参赛院校汇集了清华大学，北京大学，中国人民大学，上海交通大学，复旦大学，中国科学技术大学，中山大学和南开大学等众多 985 和 211 院校。山东省自 2018 年始，成功举办 2 届比赛，分别由山东大学管理学院、MBA 教育中心、和山东理工大学 MBA 教育中心主办，参赛院校有山东大学、中国海洋大学、中国石油大学、山东师范大学、青岛大学、山东财经大学、青岛理工大学、济南大学、山东理工大学等省内知名高校。

2020 年，一场突如其来的新冠疫情推动了一场教学方式的变革，网络教学成为一种趋势，CESIM 作为在线模拟教学平台在此期间收获了颇多好评，平台的学生在线时长、论坛以及便捷的使用体验使老师线上教学更加科学有效。基于此，我们将组织第三届山东省“尖烽时刻”商业模拟大赛，由中国海洋大学管理学院、MBA 教育中心主办。

一、大赛名称

山东省第三届“尖烽时刻”商业模拟大赛暨第十三届“尖烽时刻”全国商业模拟大赛山东赛区选拔赛

二、赛事目的

山东省“尖烽时刻”商业模拟大赛旨在深化高等教育教学改革，全面提升学生综合素质能力，促进省内高校师生的交流与合作，通过模拟运营体会竞争与合作的重要性。

在模拟赛事中，参与者相互竞争与学习，提高学生理论应用于实践的能力，

同时提高学生企业经营决策能力，包括分析市场机会，制定战略，营销，生产物流，财务等方面的战略和策略，训练学生从企业全局的角度看待决策问题，培养全局观，培养学生团队合作能力，建立自觉遵守商业伦理规范的自律意识。

三、组织机构

主 办 方：中国海洋大学管理学院
中国海洋大学 MBA 教育中心
技术支持方：芬兰 CESIM 公司
济南华峻科技有限公司

四、竞赛安排

1. 赛事概况

山东省第三届“尖烽时刻”商业模拟大赛分为初赛和决赛，初赛为线上模拟决策，线上模拟设置 2 个练习回合和 6 个正式回合，每个回合截止时间以系统设置时间为准，截止时间点前完成该回合决策，截止时间后系统自动显示结果；决赛将分为模拟决策和商业演示两个环节。

大赛分为本科组、MBA 组，每所学校报名参加队伍数每组不超过 5 支，每支参赛队由 3-4 名学生组成，在共同的虚拟市场中相互竞争。各组别第一名将直接晋级全国总决赛与全国其他 30 余支队伍竞技。

2. 如何报名

报名资格

(1) 凡具有正式学籍的山东省内高校在读 MBA、其他类型研究生、本科生均可报名参赛，可跨专业、跨学科、跨年级自由组队。(不可跨学校组队，研究生和本科生不可混合组队)。

(2) 以团队形式报名参赛，每队 3-4 人

(3) 比赛队伍由各院校统一报名，不接受参赛队自己报名

(4) 本科生将参加本科组，研究生和 MBA 学生参加 MBA 组

(5) 报名费用

此次比赛无参赛费用

(6) 报名时间

即日起至 2020 年 10 月 19 日

(7) 比赛方式和时间

初赛为互联网在线模拟决策和团队介绍，提供在线的支持和帮助。

决赛将集中两天，由模拟决策和商业演示 2 部分组成。

3. 赛事时间安排

初赛：2020 年 10 月 24 日-10 月 31 日

决赛：2020 年 11 月 13 日-11 月 15 日

报名时请使用自己的真实邮箱，以便接收平台直接发送的赛事相关信息。

4. 赛事奖励

(1) 决赛每组别第一名将直接晋级 2021 年第 13 届“尖烽时刻”全国商业模拟大赛总决赛。

(2) 山东赛区设置一等奖、二等奖、三等奖，获奖比例为 10%、20%、30%

5. 报名方式

各参赛院校填写 EXCEL 报名表，[发送至 1114365129@qq.com](mailto:1114365129@qq.com)

更多详细信息，请参考后续将发布的初赛赛事说明。



有关模拟平台



参与者面临战略决策的挑战，如负责营销管理、人力资源管理、运营管理和财务管理、投资并开拓新市场等。参与者需要在服务行业中做出管理决策，了解服务业的本质和要点。



参与者将面临营销决策的挑战，如负责产品、定价、广告、渠道投资和售后服务等。它帮助参与者理解整体营销概念，并懂得如何为客户创造、沟通和传递价值的过程。



参与者将通过运用有效的管理战略、适时的市场策略以及准确的决策实施而为企业获利。参与者需要对需求、生产、营销、研发、物流和财务等多方面进行决策。战略性的部署、细致的分析、持续的研发、产品适时的进入市场以及其准确的定位等是获胜的关键。