|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | **Прикладной** |
| Название проекта | Продвижение бренда МегаФон на детскую и подростковую аудиторию в Москве и Московской области |
| Подразделение инициатор проекта | Школа бизнеса и делового администрирования |
| Руководитель проекта от факультета | Твердохлебова Мария Владимировна, ассистент кафедры стратегического маркетинга ШБДА |
| Заказчик проекта | ПАО «Мегафон»  Гребнев Даниил ([danil.grebnev@megafon.ru](mailto:danil.grebnev@megafon.ru))  Директор отдела маркетинга  Сундукова Евгения (evgenia.sundukova@megafon.ru )  Старший специалист по развитию бренда работодателя |
| Описание проекта | Рынок мобильных операторов РФ -высококонкурентный, на нём часто появляются новые игроки. Однако на данный момент роста на мобильном рынке в Москве и МО практически не наблюдается. Исключением являются лишь дети и молодежь, за которых как раз и борются все операторы.  Мегафон, являясь лидером российского телеком рынка, в сегменте "дети" и "молодежь", занимает лишь 4 место в числе абонентов и 3 место в денежном выражении по Москве и МО.  Поэтому для бренда Мегафон стратегически важной целью является продвижение бренда на детскую и подростковую аудиторию в Москве и Московской области, чтобы увеличить количество абонентов в категории "дети" и "молодежь", увеличить долю рынка в денежном выражении и укрепить позиции бренда на детском и молодежном рынке.  Исследование будет полезно компании Мегафон для внедрения и реализации новых решений по продвижению бренда, а также будет направлено на удовлетворение потребностей категории «дети» и «молодёжь» Москва и МО. |
| Цели и задачи проекта | Цель проекта: разработать стратегический план по продвижению компании Мегафон на рынке «молодежь» и «дети» Москвы и Московской области до 2023 года для увеличения доли в абонентах в 3 раза.  Задачи:   1. Сбор и анализ вторичной информации:   - Анализ рынка мобильных операторов  - Анализ целевой аудитории (привычки, потребности, боли)  - Конкурентный анализ  - Лучшие кейсы на рынке мобильных операторов  - Анализ трендов на рынке  - Анализ предлагаемых продуктов на рынке   1. Проведение эмпирического исследования:   А) Для анализа детской аудитории (4-13 лет) предполагается проведение глубинных интервью с родителями, так как именно они принимают решение о покупках, а также проведение количественных исследований после формирования гипотез  Б) Для анализа подростковой аудитории (14-17 лет) предполагается проведение опроса на выборке респондентов, состоящей из более 400 человек, проживающих в Москве и МО, а также проведение качественных интервью для выявления глубинных инсайтов.  В) Для анализа молодежи (18-24 лет) предполагается проведение опроса респондентов выборки, состоящей из более 400 жителей Москвы и Московской области, а также качественное интервью для выявления глубинных инсайтов.   1. Разработка стратегии (основываясь на 4Р) 2. Просчёт рисков, составление плана Б 3. Разработка KPI, расчет бюджета и экономической эффективности |
| Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки | * Анализ данных исследования * Визуализация результатов проекта * Работа в команде * Расчет экономической эффективности * Коммуникация с топ-менеджерами компании * Подготовка письменного отчета о проделанной работе * Презентация результатов проекта в компании и в университете |
| Сроки реализации проекта | 06.12.2019 – 30.03.2020 |
| Количество кредитов | 3 |
| Тип занятости студента | Удаленная работа  Работа на территории Заказчика  Встречи на факультете |
| Интенсивность (часы в неделю) | 5 часов в неделю |
| Вид проектной деятельности | Групповой |
| Требования к студентам, участникам проекта | * Соблюдение дедлайнов * Достижение поставленных целей * Выполнение задач |
| Формат отчета студента по проекту | Отчет в установленной структуре в двух форматах:  1. Подготовка письменного отчета о проделанной работе;  2. Презентация результатов проекта в компании и в университете |
| Количество вакантных мест на проекте | 20 |
| Критерии отбора студентов в проект (применяются в случае большого количества заявок на проект) | Аналитический склад ума  Навыки работы в команде  Должен быть уже пройден курс «Основы маркетинга» |
| Образовательные программы | Маркетинг и рыночная аналитика |
| Территория | Шаболовка, 26-28 |