**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | **Прикладной** |
| Название проекта | Разработка маркетинговой стратегии для компании автомобильной отрасли (на примере АС Моторс) |
| Подразделение инициатора проекта | Кафедра менеджмента инноваций НИУ ВШЭ |
| Руководитель проекта | Кокорина Александра Олеговна |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | ООО «АС Моторс»  Потемкин Олег Александрович |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Проект нацелен на формирование маркетинговой стратегии для компании “АС Моторс”. Выработанные в ходе реализации проекта предложения позволят выстроить  маркетинговую деятельность компании в соответствии с приоритетами развития, увеличить доходы от реализации продукции и занять новые ниши на рынке. |
| Цель проекта | Разработка эффективной рекламной стратегии для компании «АС Моторс» |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | * Создание гайда маркетинговых инструментов, направленных на увеличение клиентской базы АС Моторс и среднего чека клиента * Формирование перечня рекомендаций по повышению заинтересованности клиентов в предоставлении услуг компании и повышении осведомленности потенциальной целевой аудитории о компании АС Моторс * Анализ маркетинговых стратегий и рекламных кампаний конкурентов |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | * Знания (интерес) к сфере рекламы и маркетинга * Внимательность и ответственность * Креативность * Способность к анализу и качественной обработке большого массива данных * Высокие коммуникативные навыки |
| Количество вакантных мест на проекте | 7 |
| Проектное задание | Индивидуальное для каждого студента:   * Изучение целевой аудитории (ЦА), дополнительное сегментирование ЦА и выявление уровня осведомленности и заинтересованности в услугах компании * Анализ существующей маркетинговой стратегии компании, особенно в части проводимых рекламных кампаний * Анализ и оценка маркетинговых стратегий конкурентов * Определение наиболее эффективных каналов продвижения компании в соответствии с различными сегментами ЦА * Определение степени влияния проводимых рекламных кампаний на ключевые финансовые показатели деятельности компании * Формирование перечня ключевых показателей эффективности реализуемой маркетинговой стратегии * Анализ и оценка полученных результатов |
| Критерии отбора студентов | Индивидуальное собеседование  Резюме |
| Сроки и график реализации проекта | 15.12.2019 – 30.03.2020 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 6 часов в неделю |
| Количество кредитов | 3 зачетные единицы |
| Форма итогового контроля | Отчет |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | Аналитический отчет  Презентация для Заказчика |
| Образовательные результаты проекта | * Применение и развитие знаний и навыков, полученных в рамках обучения на майноре “Внутрикорпоративное предпринимательство”, дисциплинах «Маркетинг», «Стратегический маркетинг» и др. * Развитие коммуникативных навыков и навыков деловой переписки |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров | * Полнота и качество аналитических материалов * Умение работать с источниками информации * Предоставление промежуточных и итоговых результатов проекта в соответствии с обозначенными дедлайнами |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | Отсутствует |
| Рекомендуемые образовательные программы | Маркетинг и рыночная аналитика  Управление бизнесом  Реклама и связи с общественностью  Экономика  Психология |
| Территория | Москва, Покровский бульвар 11, D-213 |