**Проектное предложение Продвижение российского бренда на китайском рынке (SPLAT)**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | *Прикладной* |
| Название проекта | *Актуальные стратегии продвижения российской торговой марки (SPLAT) на рынке КНР* |
| Подразделение инициатор проекта | *Школа востоковедения* |
| Руководитель проекта | *Передерин Денис Александрович* |
| Подробное описание содержания проектной работы | *В ходе данного проекта планируется изучение стратегий для успешного вывода российского бренда на рынок КНР в области в области dental care.**Проект имеет прикладной характер,**Подразумевает коммуникацию с командой российского производителя и китайскими потребителями.**В ходе реализации проекта планируется создание нескольких рабочих групп по следующим направлениям:* 1. Retail design: Тренды в дизайне оформления магазинов и продуктовых страниц - анализ визуальных предпочтений китайских покупателей. Сравнение особенностей дизайна между Китаем, Россией и Европой
2. «Социальные сети как инструмент привлечения или развлечения?» - анализ основных популярных соц. сетей и их особенностей (на примере платформы Douyin )
3. «Конкуренция в сфере dental/oral care» - исследовать потребительские предпочтения китайского потребителя в сфере «oral care».
4. Customer care. «Как получить постоянного покупателя в Китае?» Персонализированные коммуникации как дополнительный инструмент продаж на Китайском рынке» - увеличение RPR, membership programs на платформах, использование CRM систем и иных инструментов.
5. «KOL как новый инструмент продаж» - исследование KOL-маркетинга КНР, перечень существующих и перспективных платформ. Стратегии по поиску и привлечению KOL (инфлюенсеров)
6. Качественное сравнение китайского опыта с российским/европейским продвижением товаров через блогеров (Liveshow – KOL как инструмент).

*Для студентов выпускных курсов проектная работа будет спланирована в отдельном порядке и закончена в марте 2021 года.* |
| Цель и задачи проекта | *Цель проекта: применение навыков по продвижению товаров на китайском рынке для торговых марок из России.* |
| Проектное задание (виды деятельности, выполняемые студентом в проекте) | 1. Анализ основных инструментов продвижения товаров в Китае (согласно задачам каждой группы);
2. Изучение технологий, связанных с социальными сетями и продвижением;
3. Работа с китайскими потребителями (опросы, глубинные интервью);
4. Систематизация проанализированного материала;
5. Составление аналитической записки
 |
| Сроки реализации проекта | *5 октября 2020 года – 30 июня 2021 года* |
| Количество кредитов  | *8* |
| Форма итогового контроля | *экзамен* |
| Тип занятости студента | *Индивидуальная, групповая (представление результатов в группе, обсуждение, составление аналитических материалов), удаленная работа* |
| Трудоемкость (часы в неделю)  | *5* |
| Вид проектной деятельности | *Групповая* |
| Требования к студентам, участникам проекта | *интерес к темам проекта: маркетинг влияния в КНР; аналитические навыки; ответственное отношение к групповой работе*  |
| Планируемые результаты проекта | *Разработка стратегии продвижения российского бренда на рынке КНР* |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию  | Аналитический отчет |
| Критерии оценивания результатов проекта | Аналитический отчет (оценивается представителями торговой марки) |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *Да* |
| Количество вакантных мест на проекте | *25* |
| Критерии отбора студентов (применяются в случае большого количества заявок на проект) | *Преимущество отдается студентам, интересующимися рынком КНР, деловой культуре Китая, цифровому маркетингу, (знание китайского языка - плюс) - изложить в мотивационном письме*  |
| Рекомендуемые образовательные программы |  ВостоковедениеМировая экономикаМеждународные отношения Программа двух дипломов НИУ ВШЭ и Лондонского университета "Международные отношения" |
| Территория | *Ст. Басманная, 21/4, к.5;* *Малая Ордынка, д. 17, стр. 1* |