**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | *Прикладной* |
| Название проекта | Маркетинговые стратегии в процессах электронной торговли японского fashion бренда (UNIQLO) |
| Подразделение инициатор проекта | *Школа востоковедения* |
| Руководитель проекта | *Передерин Денис Александрович* |
| Подробное описание содержания проектной работы | *В ходе данного проекта планируется изучение успешных маркетинговых стратегий в сфере e-commerce на рынке РФ в категории fashion retail с целью продвижения различных товарных категорий для ведущего японского fashion бренда UNIQLO.**Анализ предполагает изучение опыта подобных стратегий на других рынках (Япония, КНР, РК и другие) и применимость данных трендов на российском рынке. Также в ходе данного проекта будут рассмотрены вопросы, связанные с возможными стратегиями по улучшению качества обслуживания конечных потребителей с помощью инструментов электронной коммерции (омниканальности).* *Проект имеет прикладной характер,* *студентам предоставится возможность изучения технологий маркетинга e-commerce «изнутри», а также проявить себя в качестве аналитиков индустрии электронной коммерции.**Результаты работы будут оценивать представители японской компании-производителя UNIQLO.**В ходе реализации проекта планируется создание нескольких рабочих групп по различным функциональным задачам (рынкам, регионам, товарным направлениям).**Для студентов выпускных курсов проектная работа будет спланирована в отдельном порядке и закончена в марте 2021 года.* |
| Цель и задачи проекта | *Цель проекта: определение маркетинговой стратегии в сфере электронной коммерции для глобального fashion-бренда из Японии.* |
| Проектное задание (виды деятельности, выполняемые студентом в проекте) | 1. Анализ маркетинговых программ российских и глобальных компаний в индустрии fashion retail в области электронной коммерции
2. Изучение причин успешных маркетинговых стратегий продвижения fashion брендов на мировых рынках в электронной коммерции
3. Анализ ключевых игроков рынка ecommerce России в категории fashion (российские и зарубежные игроки)
4. Анализ успешных маркетинговых омниканальных кампаний или сервисов.
5. Основные показатели E-commerce-маркетинга. Бенчмаркинг показателей лидирующих игроков
6. Анализ применения опыта азиатских стран в России
7. Встречи с представителями фешн-бренда;
8. Систематизация проанализированного материала;
9. Формирование и представление стратегии e-commerce
 |
| Сроки реализации проекта | *06 октября 2020 года – 30 июня 2021 года* |
| Количество кредитов  | *8* |
| Форма итогового контроля | *Экзамен* |
| Тип занятости студента | *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 теме проекта, знание японского и/или английского языка* |
| Планируемые результаты проекта | *Разработка стратегии по продвижению e-commerce глобального fashion бренда в России*  |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию  | Аналитический отчет, создание стратегии продвижения |
| Критерии оценивания результатов проекта | Аналитический отчет |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *Да* |
| Количество вакантных мест на проекте | *30* |
| Критерии отбора студентов (применяются в случае большого количества заявок на проект) | *Преимущество отдается студентам, изучающим японский язык или имеющих интерес к сфере e-commerce-маркетинга (маркетинга влияния) или фэшн-рынку.* |
| Рекомендуемые образовательные программы |  Востоковедение

|  |  |
| --- | --- |
|  Мировая экономикаМеждународные отношения  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Программа двух дипломов НИУ ВШЭ и Лондонского университета "Международные отношения"Маркетинг и рыночная аналитикаМодаДизайн |  |
|  |  |

 |
| Территория | *Ст. Басманная, 21/4, к.5;* *Малая Ордынка, д. 17, стр. 1* |