**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | Анализ стратегической позиции компании и определение направлений развития.  Подзаголовок:  Стратегия продвижения социальной сети Torrow.Net для управления информацией и взаимодействия с бизнесом сферы услуг |
| Подразделение инициатор проекта | Департамент Менеджмента НИУ ВШЭ СПб |
| Руководитель проекта | *К.э.н., доцент Серова Е.Г.* |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | ООО Торроу Технолоджис  ( Torrow Technologies,  <http://torrowtech.com> )  Гайдамаков Сергей ( <http://torrow.net/sergeyg> )  Лэндинг продукта (платформы)  <https://www.info.torrow.net/> |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Torrow Technologies – стартап, разработавший MVP версию платформы Torrow.Net. Платформа Torrow.Net только открылась и требуется увеличить число ее пользователей. |
| Цель проекта | Разработка стратегии вывода на рынок и монетизации платформы Torrow.Net. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | 1. Описание продуктов платформы Torrow.Net и конкурентный анализ. 2. Анализ и описание рынка для продуктов платформы Torrow.Net. 3. Портретирование целевых аудиторий для продвижения продуктов. 4. Анкеты для уточнения портрета целевых аудиторий. 5. Требования к функциональности продуктов платформы Torrow.Net. 6. Этапы продвижения продуктов на целевые аудитории. 7. Описание способов монетизации с учетом возможностей целевых аудиторий. |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | Знания и компетенции в области стратегического менеджмента и маркетинга и умения их применения |
| Количество вакантных мест на проекте | 9 |
| Проектное задание | 1. Описать продукты платформы Torrow.Net (в том числе с учетом международных аспектов). 2. Описать рынок продуктов платформы Torrow.Net. 3. Найти конкурентов и провести конкурентный анализ. 4. Исследовать целевые аудитории продуктов (выдвинуть гипотезы, составить анкеты, провести анкетирование) 5. Описать портреты целевых аудиторий продуктов (характеристики, проблемы, способы решения). 6. Сформулировать требования к функциональности продуктов платформы Torrow.Net. 7. Разработать этапы и способы продвижения продуктов на целевые аудитории. 8. Описать способы и стратегии монетизации продуктов с учетом возможностей целевых аудиторий. |
| Критерии отбора студентов | В случае большого количества заявок, приоритет отдается студентам с более высоким рейтингом |
| Сроки и график реализации проекта | *30 января – 31 марта 2021* |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 8 |
| Количество кредитов | *Рассчитываются по формуле продолжительность в неделях \* трудоемкость проекта в часах / 25* |
| Форма итогового контроля | *Зачет в виде персональной оценки деятельности в течении проекта* |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | 1. Документы Word 2. Таблицы Excel 3. Анкеты Google Forms 4. *PP презентация* |
| Образовательные результаты проекта | *навыки и компетенции, приобретаемые или развиваемые в проекте*   1. Поиск информации в Интернет. 2. Анализ информации и выявление значимых для решения задач данных. 3. Выдвижение гипотез относительно целевых аудиторий продуктов. 4. Проверка гипотез через анкетирование целевых аудиторий. 5. Знание каналов и их возможностей по продвижению продуктов. 6. Командная работа в подготовке и объединении результатов работы для достижения общей цели. |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров | *Каждая работа имеет равный вес в общей оценке, в целом расчет идет как (а1+а2)/2=итоговая оценка* |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *нет* |
| Рекомендуемые образовательные программы | *Экономика впечатлений, Менеджмент и аналитика для бизнеса, Международный бизнес, Международный бизнес и менеджмент* |
| Территория | *СПб и Москва* |