|  |  |
| --- | --- |
| **Название проекта** | **Студенческий международный российско-чешский научно-прикладной проект в сфере международного маркетинга: выход российской компании на чешский рынок товаров (кейс-стади)**  |
| **Подразделение инициатор проекта** | Департамент зарубежного регионоведения Факультета мировой экономики и мировой политики НИУ ВШЭ |
| **Руководитель проекта** | **Стрельникова Ирина Александровна,** *кандидат юридических наук, доцент, научный сотрудник департамент зарубежного регионоведения, факультета мировой экономики и мировой политики НИУ ВШЭ* |
| **Описание содержания проектной работы** | Данный проект является мультифункциональным и охватывает как основы менеджмента в разных культурах, так и маркетинг внешней торговли и отчасти вопросы правового регулирования прав на стредства индивидуализации. Проект планируется как международный, в сотрудничестве с University of Finance and Administration (Prague).Он объединяет студентов НИУ ВШЭ и чешского Университета финансов и управления в разработке проектного решения, касающегося аспектов выхода российской компании на чешский рынок и в свою очередь компаний иностранных студентов из чешского вуза-партнера проекта на российский рынок. Акцент будет сделан на существующем продукте, которого нет на втором рынке. Студентам предстоит решить все вопросы выхода компании на новый рынок с выбранным продуктом с маркетинговой точки зрения (т. е. выполнять анализ удаленной и ближней среды, SWOT-анализ, описывать конкурентные преимущества продукта, ценообразование, дистрибуцию и коммуникацию, оценивать затраты и ресурсы, график выхода на рынок, оценивать риски, оценивать вопросы продвижения бренда и т. д.) Подготовленный результат этой работы будет представлен в виде эссе, которое нужно будет защитить на совместной онлайн конференции. Студенты из обеих международных групп (из НИУ ВШЭ и Университета финансов и управления) помогут друг другу лучше понять реальные ключевые характеристики рынка обеих стран, торговые барьеры и условия распространения выбранного продукта и т.д.Взаимодействие обеих групп будет происходить полностью в режиме онлайн.Супервайзер проекта с чешской стороны кандидат экономических наук специалист в области международного маркетинга Петер Штулик предоставит студентам необходимую информацию по теме проекта в виде презентаций PowerPoint и проектного учебного плана. У студентов будет заранее определенное время для их изучения. После чего будут организованы онлайн встречи для обсуждения вопросов, появившихся в ходе реализации проекта.Эти встречи будут иметь заранее определенную структуру. Каждая из них будет акцентирована на различных аспектах международной торговли между обеими странами, помогая обеим группам студентов закончить свою проектную работу с реалистичной информацией о противоположном рынке. |
| **Цель и задачи проекта** | Цель проекта: формирование у учащихся знаний и развитие научно-прикладных навыков в области международного маркетинга на примере страны - члена ЕС.Задачи:- изучение профессиональной литературы по теме исследования;- расширение профессиональных знаний о международном маркетинге и рынке ЕС и практики внешней торговли России и Чехии;- подготовка эссе на английском языке по теме проекта и защита его на конференции с международными экспертами;- подготовка тезисов по изученным материалам. |
| **Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки** | Поиск необходимой информации, анализ полученных данных, составление справочных и прогностических документов, выработка реалистичных предложений, получение навыков лаконичных и четких выступлений/докладов по тематике исследования. |
| **Сроки реализации проекта** | 3 февраля 2021 – 30 мая 2021 |
| **Количество кредитов** | *3* |
| **Тип занятости студента** | * удаленная научно-прикладная работа
* участие в общих онлайн-обсуждениях
* подготовка научных эссе по направлению исследования
 |
| **Интенсивность (часы в неделю)** | *4* |
| **Вид проектной деятельности** | Групповая |
| **Требования к студентам, участникам проекта** | * *знание английского языка,*
* *знание основ международного маркетинга и международного менеджмента,*
* *коммуникабельность,*
* *умение работать в команде,*
* *ответственность.*
 |
| **Планируемые результаты проекта** | - подготовка аналитического и прогностического документа по выходу товаров на зарубежный рынок;- публикация основных положений студенческих письменных работ по этой тематике на сайте НИУ ВШЭ и Университета финансов и управления, посвященных данному проекту;- проведение итоговой международной студенческой онлайн конференции по тематике проекта.Лучшие эссе будут рекомендованы для публикации в журналах или студенческих конференциях. |
| **Формат представления результатов, который подлежит оцениванию (отчет студента по проекту)** | *-* литературный обзор;- эссе для публикации на странице посвященной проекту в НИУ ВШЭ и в Университете финансов и управления - участие в итоговой онлайн конференции с защитой своих результатов и работы перед международной комиссией;- тезисы для проекта аналитического и прогностического документа.Предполагаемая структура Эссе по выходу компании на внешний рынок с определенным продуктом будет состоять как минимум из следующих частей:• название компании, ее презентация, выбранная территория международного рынка, которая будет состоять из уникального конкурентного преимущества выбранного продукта…,• видение, миссия, долгосрочная цель,• маркетинговый анализ выбранного рынка (отрасль, поставщики, клиенты, конкуренты, продукты замещения), SWOT - анализ- например, готовность компании выйти на внешний рынок и т. д.,• форма выхода на внешние рынки (например, экспортно - импортные операции - методы международной торговли, формы, не требующие капитальных вложений-например, лицензии и франчайзинг, ввод капитала, кадровая безопасность, организационная структура),• определение маркетинговых стратегий выхода компании на внешний рынок (товар, цена, дистрибуция, коммуникационная кампания, клиент),• бизнес - план (территория, сегменты рынка или по группам товаров, в трех вариантах план продаж примерно на 5 лет - пессимистический, средний, оптимистический),• финансовый план, расчет ожидаемых затрат и рентабельности;• график выхода компании на внешний рынок;,• анализ рисков,• оценка проекта (рентабельность инвестиций, оценка реальности),• список библиографических ссылок или приложений.Точная необходимая структура этого проекта будет подготовлена заранее, и каждый участник (студент) получит ее. |
| **Критерии оценивания результатов проекта** | Итоговая оценка за проект формируется в зависимости от выбранного направления и конкретных форматов заданий, которые выполнит студент.Итоговая оценка за проект формируется следующим образом:***Оценка итоговая = Оценка обзор литературы\* 0,1 + Оценка през\*0,2 + Оценка эссе \*0,*5 +** **Оценка тезисы*\*0,2*****Оценка обзор литературы –** оценка за комплексное и всесторонне подбор и изучение источников по теме исследования.**Оценка през** – оценка за презентацию на итоговой студенческой конференции, где учитывается оригинальность, глубина и творческий подход к выступлению.**Оценка эссе** – оценка итогового эссе (учитывается логичность изложения и полнота раскрытия темы исследования, структурированность текста, степень проработанности существующих первоисточников и научной литературы по данной проблематике).**Оценка тезисы** – оценка качества внесенных предложений (тезисов) для подготовки аналитического и прогностического документа. |
| **Количество вакантных мест на проекте** |  4 |
| **Критерии отбора студентов в проект (применяются в случае большого количества заявок на проект)** | * Знание английского языка
* знание основ международного маркетинга и международного менеджмента
* Заинтересованность в профессиональном развитии и продолжении исследовательской деятельности по направлениям проекта
 |
| **Образовательные программы** |  Все программы |
| **Территория** | Факультет мировой экономики и мировой политики (М. Ордынка, 17). *Работа ведется удаленно. Обсуждение промежуточных итогов и подготовка материалов проходят удаленно через систему ZOOM.*  |