**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | Компания «САМИ» и вывод на рынок инновационного продукта |
| Подразделение инициатор проекта | Высшая школа бизнеса, Департамент стратегического и международного менеджмента |
| Руководитель проекта | Шапошников С.В., к.э.н., доцент, Высшая школа бизнеса ВШЭ |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | SAMI Co., Ltd. (Япония/Россия) |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Исследование, анализ рынка для инновационного продукта, определение целевой аудитории, анализ конкурентов, выявление альтернативных рынков сбыта, разработка стратегии выхода компании на рынок. |
| Цель проекта | Анализ и разработка стратегий вывода инновационного продукта на рынок. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | Планируемые результаты:  Результатом проекта является предложение компании о маркетинговой деятельности, обоснование целесообразности или нецелесообразности вывода продукта на рынок.  Требования к результату:   * Аргументированность; * Реалистичность; * Наличие четких решений, сценариев и рекомендаций компании. |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | Участники проекта должны обладать знаниями в области менеджмента и маркетинга, иметь интерес к сфере маркетинга, исследовательской и консалтинговой деятельности.  Капитан команды должен координировать работу, распределять задачи, контролировать ход выполнения работы, выступать ключевым звеном в работе между компанией и командой. |
| Количество вакантных мест на проекте | 12 человек |
| Проектное задание | Студенты выполняют следующую работу:   1. Определяют сферу применения продукта текущей версии (сильные, слабые стороны), разработать маркетинговую стратегию в России. 2. Проводят конкурентный анализ для будущей версии продукта (инструмент для асинхронной коммуникации) и определяют перспективы в России. 3. Определяют, какие системы, платформы, или приложения используют для того, чтобы управлять проектами в российских компаниями (Почта, Slack, Trello и т.д.), их сильные и слабые стороны. Используют ли эти компании видеозаписи для коммуникации с их коллегами |
| Критерии отбора студентов | Конкурсный отбор, проведение собеседования, определение мотивации, интереса к маркетингу, консалтинговой работе. |
| Сроки и график реализации проекта | 05 апреля- 30 июня 2021 г. |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | Около 4 часов в неделю |
| Количество кредитов | Рассчитываются по формуле продолжительность в неделях \* трудоемкость проекта в часах / 25  (12 недель \* 4) /25 = 2 кредита |
| Форма итогового контроля | Экзамен |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | * Подготовка письменного отчета о проделанной работе согласно проектному заданию заказчика; * Итоговая защита результатов групповой работы. |
| Образовательные результаты проекта | В ходе работы над проектом студенты   * получат представление о специфике работы японских компаний за пределами национального рынка; * научатся проводить анализ деятельности компании; * научатся работать в проектах, направленных на разработку маркетинговой стратегии компании; * получат навыки сбора и анализа информации, необходимой для разработки управленческих решений, планирования и осуществления проектов и мероприятий, направленных на реализацию маркетинговой стратегии организации; * получат навыки работы в консалтинговом проекте, научатся работать с иностранным заказчиком; * повысят презентационные навыки и навыки подготовки письменных отчетов. |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров | Качество проделанной работы оценивается по следующим критериям:   1. Оценка базовой информации (компания, продукт, целевая аудитория и т.д.) 2. Организация работы (логика исследования, аргументация, рекомендации и т.д.) 3. Итоговая презентация (командная работа, ответы на вопросы) 4. Качество письменного отчета (оценивается глубина и проработанность ответов на поставленные задачи)   Каждый критерий оценивается от 1 до 5 баллов (1- низкое качество достигнутого результата; 5- высокое качество достигнутого результата).  Максимальное количество баллов за проект- 25. |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | Нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | ВШБ ВШЭ, Бакалаврская программа- Маркетинг и рыночная аналитика |
| Территория | ВШЭ, Москва |