**Проектное предложение «Реализация стратегии по продвижению программы МиРА в социальных сетях 2021/2022»**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | Реализация стратегии по продвижению программы МиРА в социальных сетях |
| Подразделение инициатор проекта | Высшая школа бизнеса |
| Руководитель проекта | Муравский Д. В. |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | Высшая школа бизнеса НИУ ВШЭ |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Проектная группа разработает и реализует стратегию продвижения программы «Маркетинг и рыночная аналитика» в социальных сетях, включая участие в создании контента в социальных сетях, его продвижении и реализацию лучших практик проведенного бенчмаркинга контента в социальных сетях конкурентов. |
| Цель и задачи проекта | *Цель проекта:*  Реализовать стратегию продвижения программы «Маркетинг и рыночная аналитика» в социальных сетях.  *Задачи проекта:*   * Разработка позиционирования программы МиРА для целевой аудитории (в виде студенческого отчета). * Разработка и анализ эффективности контента в социальных сетях программы на период проекта; * Реализация лучших практик проведенного бенчмаркинга контента в социальных сетях конкурентов. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | Результатом проекта будет являться не менее 25 элементов контента для социальных сетей программы, включающих видео, интервью и фото- материалы, бенчмаркинг конкурентов, а также студенческий отчет с предложениями по позиционированию программы. |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | Участником проекта может стать*:*  - заинтересованный в развитии в области маркетинг и продвижения в социальных сетях;  - желающий участвовать в значимой для программы деятельности. |
| Количество вакантных мест на проекте | 10 |
| Проектное задание | 1. Разработка позиционирования программы МиРА для целевой аудитории и критический анализ методов ее реализации (в виде студенческого отчета). 2. Разработка и анализ эффективности контента в социальных сетях программы на период проекта; 3. Реализация лучших практик проведенного бенчмаркинга контента в социальных сетях конкурентов. |
| Критерии отбора студентов | Студенты бакалавриата программ «Маркетинг и рыночная аналитика» и «Управление бизнесом», а также студенты магистратуры по маркетинговым программам ВШБ НИУ ВШЭ с базовым знанием основ маркетинга и желанием развиваться в направлении продвижения в социальных сетях. |
| Сроки и график реализации проекта | 25 **октября 2021 – 20 февраля 2022:**  Разработка позиционирования социальной сети инстаграм и стратегии использования остальных социальных сетей программы. Начало реализации стратегии продвижения в социальных сетях. Проведение бенчмаркинга конкурентов. Завершение студенческого отчета по критическому анализу и позиционированию программы.  **21 февраля 2022 – 15 мая 2022:**  Завершение реализации стратегии продвижения в социальных сетях. Анализ эффективности. Презентация результатов. |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 2,6 часов в неделю |
| Количество кредитов | 3 кредита (*рассчитываются по формуле:* 29 недели \* 2,6 часов/неделю / 25). |
| Форма итогового контроля | Экзамен |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | Презентация и защита результатов перед комиссией |
| Образовательные результаты проекта | Навыки и компетенции, которые студент приобретает в ходе участия в проекте:  УК-8 Способен грамотно строить коммуникацию, исходя из целей и ситуации общения  УК-9 Способен критически оценивать и переосмыслять накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность  ПК-11 способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации  ПК-7 способен осуществлять подбор каналов и формировать системы показателей эффективности продвижения |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров | Соответствие созданных элементов контента для социальных сетей программы требованиям по количеству, формату (должны включать видео, интервью и фото- материалы) и поставленной цели; привлекательность социальных сетей для целевой аудитории (увеличение вовлеченности в контент). |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | «Маркетинг и рыночная аналитика», «Управление бизнесом»;  «Маркетинг – менеджмент»; «Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации» |
| Территория | Онлайн формат |