**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | *Исследовательский* |
| Название проекта | **Cartier: поведения потребителей сегмента класса люкс** |
| Подразделение инициатор проекта | МП «Менеджмент в индустрии впечатлений» / «Arts and Culture management» |
| Руководитель проекта | *Ю.Г.Трабская, Е.М.Зеленская, А.С.Синицына, А.А.Горгадзе* |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | Cartier |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Поведение потребителей в сегменте класса люкс имеет свои особенности и развивается под воздействием специфических факторов. Механизмы этого поведения мало изучены и возникает потребность разработки методики, позволяющей эффективно выстраивать стратегию развития компаний сегмента люкс, основываясь на понимании запросов потребителей. Компании заинтересованы как в понимании настоящего потребителя их товаров и услуг, также и в понимании паттернов поведения потенциальных потребителей.  Изучение поведения потребителей включает в себя широкий круг тем, таких как восприятие потребителями брендов, продуктов, услуг; мотивация и триггеры выбора потребителя; механизмы принятия решения о покупке и принятия решения о повторной покупке; влияние когнитивных и внешних факторов на поведение потребителей и т.д. |
| Цель проекта | Проведение исследования потребителей сегмента класса люкс и организация мероприятия совместно с Cartier.  Задачи исследования:  - выявление портрета потенциального потребителя в сегменте класса люкс;  - выявление интересов потенциальных потребителей;  - выявление каналов коммуникации и лидеров мнений для потенциальных потребителей;  - выявление практик потребления потенциальных потребителей.  Задачи мероприятия:  - создание дискуссионной и образовательной площадки для обмена знаниями и нетворкинга представителей сегмента класса Люкс, организаций культуры и искусства, а также студентов и преподавателей. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | - Разработка и проведение исследования поведения потребителей в сегменте класса люкс.  - организация мероприятия совместно с компанией Cartier. |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | - навыки проведения полевых исследований;  - коммуникабельность, вежливость;  - грамотная устная и письменная речь;  - креативное мышление  - навыки подготовки презентаций;  - ответственность;  - умение работать в команде;  - стремление осваивать новые навыки и умения,  - готовность уделять больший объем времени проекту. |
| Количество вакантных мест на проекте | 12 |
| Проектное задание | Проект предполагает работу в мини-группах, которые фокусируются на индивидуальных исследовательских вопросах и методах.  **Этап 1. Разработка дизайна исследования**  Формулировка цели, исследовательского вопроса, выбор источников и методов сбора, формирование выборки и т.д.  **Этап 2. Сбор эмпирических данных**  Исследование предполагает использование следующих методов:  1. On-line опрос потенциальных потребителей;  2. Наблюдение с элементами квази-эксперимента (в том числе использование метода тайного покупателя).  **Этап 3. Подготовка и представление презентации и отчетных материалов**  **Этап 4. Организация мероприятия** |
| Критерии отбора студентов | Отбор происходит на основе **Видео CV**. Следует отразить следующие аспекты:   * Почему Вы решили принять участие в проекте? * В каких проектах участвовали ранее, опыт которых может пригодиться? * В чем Вы видите свой потенциальный вклад в реализации проекта?   Требования к видео-CV:   * Максимальная продолжительность видео – **2 минуты.** Более продолжительные видео могут быть не рассмотрены комиссией. * Лицо абитуриента должно быть четко видно и голос – отчетливо слышен. * Видео не обязательно делать профессионально. Например, его можно снимать с помощью камеры смартфона или веб-камеры компьютера. * Формат видео: AVI, mp4 (другие форматы могут быть не рассмотрены)   В случае необходимости руководители проекта могут провести дополнительные онлайн интервью (с использованием Zoom или MS Teams) с потенциальными участниками проекта для принятия окончательного решения. |
| Сроки и график реализации проекта | *28 февраля – 27 июня 2021 г.* |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | *9* |
| Количество кредитов | *6* |
| Форма итогового контроля | *Экзамен* |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | *- презентация результатов исследования;*  *- письменный отчет о результатах проекта и индивидуальном вкладе.* |
| Образовательные результаты проекта | *- навыки подготовки и реализации исследований потребителей;*  *- навык проектной работы*  *- навыки визуализации и презентации концепции и результатов проекта;*  *- навыки взаимодействия с реальным заказчиком рынка;* |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров | *Оитог = 0.2\*Оисследование + 0.2\*Опрезентация + 0.3\*Оотчет 0.3\*Особытие*  *Оисследование –активное участие в подготовке и реализации исследования;*  *Опрезентация – создание и презентация результатов исследования;*  *Оотчет – создание отчета о результатах проекта и индивидуальном вкладе.*  *Особытие –активное участие в подготовке и проведении события.*  *Критерии оценивания результатов могут быть присланы руководителями проекта до окончания проекта.* |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *нет* |
| Рекомендуемые образовательные программы | *МП «Менеджмент в индустрии впечатлений» / Arts and Culture management (Санкт-Петербург);*  *МП «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент» (Пермь);*  *БП «Международный бизнес и менеджмент» (Санкт-Петербург);*  *БП «Социология и социальная информатика» (Санкт-Петербург);*  *БП «Дизайн» (Санкт-Петербург);*  *БП «Прикладной анализ данных и искусственный интеллект» (Санкт-Петербург).* |
| Территория | *Санкт-Петербург, Москва, Пермь, онлайн-встречи* |