**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* |