**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной проект |
| Название проекта | Маркетинг для детства 2025 |
| Подразделение инициатор проекта | Центра развития компетенций в маркетинге ВШБ |
| Руководитель проекта | Комиссарова Т. А. |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | Ассоциации предприятий индустрии детских товаров «АИДТ» [www.acgi.ru](http://www.acgi.ru/) |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Описать видение молодых маркетологов, какие модели и инструменты будет использовать в индустрии товаров для детей в 2025 |
| Цель проекта | Получить инсайты молодых маркетологов |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | Информация будет обобщена и сформирована в виде аналитической записки, которая затем будет распространяться среди членов АИДТ |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | Студенты бакалавры и магистры по специальности маркетинг |
| Количество вакантных мест на проекте | 18 |
| Проектное задание | - Описать тренды (потребительские, технологические, рыночные) которые повлияют на маркетинг для детей;  - Описать модели/методы/инструменты маркетинга, которые будут использоваться в 2025;  -Описать продукты, которые могли бы быть созданы для поддержания трендов.  Формат: презентация, объем не более 5 слайдов. |
| Критерии отбора студентов | Конкурс проектных решений |
| Сроки и график реализации проекта | 10 по 27 марта 2022 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 20 |
| Количество кредитов на 1 студента | 2 |
| Суммарное количество кредитов за проект | 2 |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | Презентация |
| Образовательные результаты проекта | Презентация видения молодых маркетологов, какие модели и инструменты будет использовать в индустрии товаров для детей в 2025 в 6 слайдах |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров | - Актуальность информации для индустрии детских товаров;  - Полнота ответа, раскрытие позиции студента в отношении поставленного вопроса.  - Аргументированность представленной позиции с использованием ссылок на качественные источники информации: научную литературу, результаты эмпирических исследований, кейсы компаний на рынке. |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | Нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | Маркетинг и рыночная аналитика  Маркетинг-менеджмент  Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации  Менеджмент в ритейле |
| Территория | Дистанционно/Шаболовка, 26 |