**Проектное предложение «Реализация стратегии по онлайн продвижению ВШБ в 2022»**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | Реализация стратегии по онлайн продвижению ВШБ в 2022 |
| 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 онлайн продвижения ВШБ НИУ ВШЭ, которая включает: сотрудничество со онлайн-СМИ в публикации и разработке рейтинга образовательных программ на российском рынке, разработку бизнес-игры для проведения на онлайн промо-мероприятиях, а также реализацию промо-проекта «День из жизни первокурсника». |
| Цель и задачи проекта | *Цель проекта:*  Реализовать стратегию по онлайн-продвижению ВШБ.  *Задачи проекта:*   * Подготовка рейтинг образовательных программ по бизнесу уровня бакалавриат для использования в качестве промо-материалов для публикации в специализированных СМИ. * Подготовка бизнес-игры совместно с партнерами ВШБ для вовлечения целевой аудитории и использования в продвижении на онлайн мероприятиях; * Подготовка онлайн промо-проекта «день из жизни первокурсника», который включает написание ТЗ, съемку, монтаж и размещение промо-видео, написание промо-текстов и программирование лэндинга, нацеленного на привлечение абитуриентов. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | Результатом проекта будет являться подготовленный к онлайн-публикации рейтинг образовательных программ уровня бакалавриат, разработанная для промо-мероприятий бизнес-игра, а также реализованный промо-проект в виде действующего лэндинга. |
| 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;  - студент программы «Маркетинг и рыночная аналитика»  - желающий участвовать в значимой для программы деятельности. |
| Количество вакантных мест на проекте | 22 |
| Проектное задание | 1. Подготовка исследования рынка образовательных программ бакалавриата, связанные со специализацией «Маркетинг». 2. На основе результатов анализа разработать рейтинг программ по критериям: конкурс, международная ориентация, практическая ориентация, качество приема, отраслевая специфика и др. 3. Подготовка промо-материалов для публикации рейтинга в специализированных СМИ. 4. Подготовка бизнес-игры совместно с партнерами ВШБ для вовлечения целевой аудитории и использования в продвижении на онлайн мероприятиях. 5. Апробация игры минимум три раза на представителях целевой аудитории. 6. Подготовка онлайн промо-проекта «день из жизни первокурсника», который включает написание ТЗ, съемку, монтаж и размещение промо-видео, написание промо-текстов и программирование лэндинга, нацеленного на привлечение абитуриентов. |
| Критерии отбора студентов | Студенты бакалавриата программ «Маркетинг и рыночная аналитика» ВШБ НИУ ВШЭ с базовым знанием основ маркетинга и желанием развиваться в направлении продвижения в социальных сетях. |
| Сроки и график реализации проекта | 2 **апреля 2022 – 30 апреля 2022:**  Подготовка рейтинга, проекта лэндинга, а также готовой к апробации бизнес-игры  **1 мая 2022 – 1 июля 2022:**  Публикация рейтинг и лэндинга, три апробации бизнес-игры. |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 11 часов в неделю |
| Количество кредитов | 5 кредитов (*рассчитываются по формуле:* 12 недель \* 10 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 промо-продуктов требованиям по количеству, формату и поставленной цели; привлекательность промо-продуктов для целевой аудитории (увеличение вовлеченности в контент, количество регистраций на мероприятия, обратная связь от абитуриентов). |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | «Маркетинг и рыночная аналитика» |
| Территория | Онлайн формат |