**Для практической подготовки в форме проекта (инициатор – работник НИУ ВШЭ[[1]](#footnote-1))**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип элемента практической подготовки | Проект |
| Тип проекта | Исследовательский |
| Наименование проекта | Исследование ряда архетипов восточного фольклора на примере маркетинговых стратегий  |
| Подразделение инициатор проекта | Институт востоковедения и африканистики Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики" Санкт-Петербург |
| Руководитель проекта | Саврилова Н.С., доцент, к.психол.н. |
| Основное место работы руководителя проекта в НИУ ВШЭ | Кафедра исследований Китая, Юго-Восточной и Южной Азии Института востоковедения и африканистики НИУ "Высшая школа экономики" Санкт-Петербург |
| Контакты руководителя (адрес эл. почты) | sav-nat@mail.ru; nsavrilova@hse.ru |
| Соруководители проекта от НИУ ВШЭ *(если имеются)* | - |
| Контакты соруководителей от НИУ ВШЭ (адрес эл. почты) | - |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Проект направлен на изучение применения архетипических образов восточного фольклора в маркетинговых стратегиях стран Ближнего и Дальнего Востока.Теоретический интерес к проблеме архетипов в восточном фольклоре вызван недостаточной изученностью ряда архетипических образов в данных регионах. Практический интерес направлен на особенности применения и использования архетипов восточного фольклора в маркетинговых стратегиях стран Ближнего и Дальнего Востока. |
| Цель и задачи проекта  | Цель проекта: обучить студентов организации и проведению исследовательской работы, направленной на выявление своеобразия культурной составляющей в маркетинговых стратегиях на основе теории архетипов К.Г. Юнга.Задачи проекта: 1. Познакомить студентов с теорией архетипов К.Г. Юнга, применяемой в современных маркетинговых стратегиях. 2. Изучить архетипический ряд, представленный в восточном фольклоре, на примере группы «волшебных сказок». 3. Исследовать проблему репрезентации архетипических образов восточного фольклора в маркетинговых стратегиях на примерах кейсов (анализ единичного случая в общем контексте).  |
| Проектное задание | Студентам необходимо сделать анализ ряда маркетинговых стратегий компаний и брендов на Ближнем и Дальнем Востоке, выявить, используются ли в них архетипические образы восточного фольклора, исследовать способы интеграции архетипических образов в маркетинговые стратегии.  |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | Отчёт, содержащий анализ использования архетипических образов восточного фольклора в маркетинговой стратегии.  |
| Дата начала проекта | 24.10.2022 |
| Дата окончания проекта | 21.05.2023 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | *5* |
| Предполагаемое количество участников (вакантных мест) в проектной команде | *10* |
| Названия вакансий (ролей), краткое описание задач по каждой вакансии, количество кредитов и критерии отбора для участников проекта *(если характер работ для всех участников совпадает, описывается одна вакансия)**Кредиты на 1 участника рассчитываются по формуле: продолжительность в неделях \* трудоемкость проекта в часах / 25* | *Вакансия №1(3-4 курсы):**Задачи:* сделать анализ ряда маркетинговых стратегий компаний и брендов на Ближнем и Дальнем Востоке, выявить, используются ли в них архетипические образы восточного фольклора, исследовать способы интеграции архетипических образов в маркетинговые стратегии.*Количество кредитов: 6**Критерии отбора на вакансию:* Владение восточным языком (минимум 800 часов), 3 курс, 4 курс. |
| Общее количество кредитов | *60* |
| Форма итогового контроля | *Экзамен*  |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | *Отчёт*  |
| Формула оценки результатов, возможные критерии оценивания результатов с указанием всех требований и параметров | 0,4 \* О пр + 0,3 \* О сп + 0,3 \* О р, где:**О пр** - Оценка результата;**О сп** - Оценка использованных в ЭПП способов и технологий;**О р** - Оценка хода реализации ЭПП. |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *нет* |
| Ожидаемые образовательные результаты проекта  | 1. Изучать архетипические образы с помощью анализа фольклора в рамках теории архетипов К.Г. Юнга 2. Выявлять классические архетипы, используемые в маркетинговых стратегиях, изучать их региональное своеобразие.3. Анализировать маркетинговые стратегии компаний и брендов в рамках теории архетипов К.Г. Юнга. |
| Особенности реализации проекта: территория, время, информационные ресурсы и т.п.  | Вне университета |
| Рекомендуемые образовательные программы | ОП Востоковедение |
| Требуется резюме студента | *Нет* |
| Требуется мотивированное письмо студента | *Да, направить* sav-nat@mail.ru |

1. Не исключается реализация проектов, инициированных работником НИУ ВШЭ с привлечением организаций-партнеров. [↑](#footnote-ref-1)