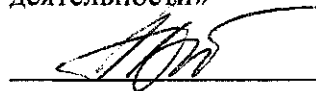


УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной  
программы «Управление процессами и  
проектирование в коммерческой  
деятельности»



А.В.Воронин

26.01.2018

### ПРОЕКТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

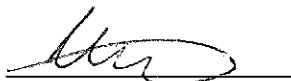
Тип проекта	Прикладной, в малых группах
Название проекта	Разработка стратегии ввода на рынок нового бренда
Заказчик проекта, (название компании)	Общество с ограниченной ответственностью «Движение Жизни», г.Тобольск, ул. Розы Люксембург, 4/4-16, e-mail: <a href="mailto:bl.tobolsk@gmail.com">bl.tobolsk@gmail.com</a> , генеральный директор Шещуев Алексей Сергеевич
Руководитель проекта, ФИО, контакты	Шещуева Елена Владимировна, 8-912-924-1263
Описание заказа на проектное решение с указанием востребованности результатов проекта	Существует новый для рынка продукт с заданными потребительскими свойствами и качеством, а также описание его целевой аудитории, позиционирование продукта и описание его сильных сторон. Задача заключается в разработке стратегии по вводу бренда на рынок в виде разработки последовательных описаний и графиков, содержащих информацию об адаптации продукта к потребностям и ценностям целевой аудитории на данной территории, к формулировке позиционирования и уникального торгового предложения для клиентов данной территории, разработке рекламных акций для ввода продукта на рынок. Работа осуществляется в группах, конкурирующих друг с другом над лучшим предложением. Группы разделяются на отделы, осуществляющие однотипную работу. Внутри отделов выбирается руководители, также выбирается руководитель проекта в рамках студенческой команды. Прописываются их должностные обязанности. Результаты работы будут востребованы для применения к адаптации конкретного продукта, к потребностям рынка. Разработанные акции будут полностью или частично использованы при продвижении продукта.
Проектное задание (виды работы, выполняемой обучающимся в проекте)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Выбор роли в проекте и деление академической студенческой группы на команды.</li><li>2. Построение оргструктуры и определение функций каждого подразделения, необходимые для выполнения задания. Обучение своим обязанностям внутри команды.</li><li>3. Изучение задания и разработка методом мозгового штурма гипотез относительно сбора информации и доработок продукта, которые требуются.</li><li>4. Проведение исследования и применения выводов</li></ol>

	<p>относительно доработок продукта и продвижения его на рисунке.</p> <p>5. Проработка заданий относительно выбора каналов реализации и продвижения продукта, рекламных посылов и другого, необходимого для продвижения контента</p> <p>6. Составления планов, графиков, смет, прототипов носителей рекламного контента, прототипов упаковки продукта.</p> <p>7. Презентация всех полученных материалов как целостного проекта</p>
<p>Планируемые результаты проекта, в том числе</p> <p style="text-align: center;">проектные образовательные</p>	<p>Выводы исследования потребителей относительно адаптации продукта к рынку. Медиа и контент планы продвижения продукта.</p>
	<p>Прототипы носителей рекламного контента, прототипы упаковки продукта (если потребуется)</p>
	<p>Формирование у студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Навыков групповой работы</li> <li>- Навыков анализа маркетинговой информации о продукте и конъюнктуре рынка</li> <li>- Навыков определения целевой аудитории продукта</li> <li>- Креативного мышления при практической реализации проекта</li> <li>- Умений создавать презентации, работать в текстовых, графических и других редакторах</li> </ul>
Сроки реализации проекта	Февраль – май 2018
Количество зачетных единиц	2
Форма итогового контроля	зачет
Тип занятости обучающегося	в период обучения
Трудоемкость (часы в неделю)	4
Требования к участникам проекта	умение работать в команде, любознательность, умение работать в поисковых системах, в текстовых редакторах и редакторах презентаций, дисциплинированность.
Форма представления результатов, подлежащих оцениванию	Сводная таблица по исследованию, таблицы контент и медиа планов. Цифровые эскизы рекламных носителей. Распечатанные прототипы рекламных материалов, брошюры. Презентация итоговых результатов с очной защитой.
Критерии оценивания проекта	<p>«Отлично». Проработаны все нюансы разработки, все формы представлены, защита проведена удачна. Группа получает оценку «Отлично». Руководитель проекта подает список участников с соответствующими оценками, которые проставляются после согласования.</p> <p>«Хорошо». В каждом из блоков результатов имеются недочеты, но в целом проект корректен и применим. Группа получает оценку «Хорошо». Оценки участникам по списку выставляются не выше «Хорошо». Тем, кому можно поставить оценку «Отлично», подается ходатайство руководителя.</p>

	<p>«Удовлетворительно». Имеются существенные недочеты, часть блоков вообще не представлена, все группе выставляется оценка «Удовлетворительно».</p> <p>«Неудовлетворительно». Не представлено 60% и более проекта, либо представленный материал признается не имеющим отношения к проекту. Выставляется оценка «Не удовлетворительно».</p>
Возможность передачи при получении неудовлетворительной оценки	нет
Количество вакантных мест в проекте	29
Критерии отбора обучающихся (применяется в случае большого количества заявок на проект)	Мотивация участия в проекте со стороны студентов
Рекомендуемые образовательные программы	Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности направления 38.03.06 Торговое дело; 07.03.03 Дизайн архитектурной среды
Место исполнения проекта	г. Тюмень

Согласовано

Заказчик проекта



Шещуев А.С. Дата 11.11.2017

Руководитель проекта



Шещуева Е.В. Дата 11.11.2017