

Маркет-практика

Ожидаемые сроки исполнения: 1 семестр (15.09.2022 - 20.12.2022)

Контекст

В какой области решаем проблему?

Маркетинг. Учебно-практическая деловая задача.

Проблема

Что за проблема: кто пытается достичь какую цель и что мешает?

При выпуске студента профиля "Маркетинг" (направление Торговое дело) ему сложно устроится на работу ввиду отсутствия практических навыков и портфолио. Студентам предлагается разработать и воплотить такое решение, которое позволит им получить необходимые навыки и опыт.



Пользователи

Чья это проблема? Кто хочет что-то получить, но не может?

Инвесторы, менеджеры компаний, начинающие стартаперы, прежде всего сами студенты.

Заказчик и другие стейкхолдеры

Кто вовлечен (какие стейкхолдеры/целевые аудитории и их сегменты)?

Институт экономики и финансов РУТ (МИИТ), студенты, возможные работодатели в сегменте маркетинговых услуг.

Данные

Какие есть (если есть) исходные данные для решения такой проблемы? Где их искать/собрать/парсить?

Данные, полученные в результате обработки маркетинговой информации по текущей ситуации на рынке.



Рекомендуемые инструменты

Есть ли у заказчика предпочтения/рекомендации по инструментам/методам, которыми такие проблемы решают?

Google-календарь, MTeams (и приложения), OpenOffice (свободный и открытый офисный пакет), Visme (создание презентаций) HH, Canva (бесплатная онлайн-платформа для дизайна), TILDA(бесплатный конструктор сайтов), CRM (customer relationship management - система управления взаимоотношениями с клиентами), Яндекс, и т.д.

Анализ аналогов

Какой вам известен мировой опыт в решении такого рода проблем?

Личный опыт автора заявки по созданию и работы в британском маркетинговом агентстве и работе директором по маркетингу в компаниях реального сектора. Собранные данные в результате мониторинга рынка.

Предполагаемый тип решения

В каком направлении предлагаем участникам искать решения?

Проект стартапа по созданию маркетингового агентства на примере изучения особенностей входа на данный рынок и разработки документации.



Предполагаемая ролевая структура команды

Состав ролей участников команды. Возможные направления подготовки участников

Тим-лидер, технолог (креатор, копирайтер), аналитик, продакт-менеджер

Доступная экспертиза

Какими экспертами мы обеспечим решение этой задачи

Иванова Елена Алексеевна, доцент кафедры ЭУТ, ИЭФ(РУТ), Ларкин Михаил Васильевич бывший руководитель пресс-службы Администрации Президента РФ, действительный государственный советник 1 го класса

Дополнительные материалы

Ссылки на дополнительные материалы или дополнительная информация, которая позволит более полно раскрыть суть проекта

литературу по бизнес-планированию, маркетингу, интернет-маркетингу, авторские материалы

Возможный реализатор проекта

Какому институту/академии потенциально может быть интересен данный проект для реализации

ИЭФ

