|  |  |
| --- | --- |
| Национальный  исследовательский университет  «Высшая школа экономики»  **Лицей** | **Приложение 240**  УТВЕРЖДЕНО  педагогическим советом  Лицея НИУ ВШЭ  протокол от 04.12.2017 № 1 |

**Рабочая программа учебного предмета (курса)**

**Бизнес-проекты: менеджмент и маркетинг**

(Факультетский день, курс по выбору)

**Автор(ы):**

Тищенко Назар Юрьевич

# Общие положения

Настоящая программа устанавливает минимальные требования к знаниям, навыкам и умениям студента и определяет содержание работы и виды отчетности по дисциплине «Бизнес-проекты: менеджмент и маркетинг».

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и обучающихся 10го класса Лицея НИУ ВШЭ.

Программа разработана в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами, локальными нормативными актами.

# Цели и задачи дисциплины

Дисциплина Бизнес-проекты: менеджмент и маркетинг является дисциплиной по выбору в рамках Факультетского дня по направлению Менеджмент

Основными задачами дисциплины являются:

* Развитие проектных компетенций учащихся (от генерации идеи, формирования команды до подготовки итогового отчета о проекте);
* Получение учащимися навыков командной работы (привлечение участников, распределение ролей в команде, оценка индивидуального вклада каждого из участников в общий результат проектной работы);
* Применение учащимися на практике полученных теоретических знаний и использование изученных моделей и концепций;
* Развитие коммуникативных и управленческих навыков, сопутствующих профессиональным компетенциям менеджера.
* Развитие исследовательских и аналитических компетенций учащихся (поиск и анализ информации, оформление результатов аналитической работы и пр.)

# Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины «бизнес-проекты: менеджмент и маркетинг» студент должен:

ЗНАТЬ:

* методы поиска, сбора, анализа и обобщения информации об отраслях промышленности (или рынках) и конкретных компаниях, действующих в этих отраслях\рынках;
* перечень основных отраслей производства (хозяйства) в Российской Федерации, их особенности и отличия;
* основных игроков и типы их поведения внутри отдельных отраслей, выбранных для анализа;
* особенности правового и государственного регулирования отдельных отраслей производства;
* типы конкуренции и интенсивность конкурентной борьбы в выбранной отрасли;
* сильные и слабые стороны ключевых игроков анализируемой отрасли;
* инструменты и методы определения целевой аудитории продукта\компании;
* способы формирования портрета потребителя;
* способы продвижения компании в социальных сетях

УМЕТЬ:

* осуществлять поиск, сбор, обобщение и анализ различной информации;
* применять различные инструменты для анализа отрасли и рынка;
* использовать методы анализа конкуренции и конкурентного поведения основных игроков отрасли;
* производить сравнительный анализ результатов деятельности различных компаний внутри одной отрасли на основе имеющейся в открытом доступе информации;
* выявлять сильные и слабые стороны ключевых игроков (производителей) отрасли;
* выявлять основные «проблемные зоны» компании и формулировать на их основе рекомендации по улучшению положения компании внутри отрасли;
* определять целевую аудиторию продукта\компании и выявлять ее характеристики;
* использовать технологию «тайный покупатель» для выявления проблемных зон продукта\компании\сервиса\услуги.

**Формы занятий:** групповая

**Срок реализации программы** – 68 часов.

# Содержание дисциплины

В ходе освоение дисциплины «Бизнес-проекты: менеджмент и маркетинг» студент должен принять участие в выполнении трех проектных заданий: «Компания и ее отрасль», «Компания и ее потребитель», «Компания в цифровой среде».

Занятия дисциплины проходят в компьютерном классе в формате лекций-семинаров. Перед выполнением каждого конкретного задания учащимся прочитывается мини-лекция и на конкретном примере объясняется теоретический материал к каждому пункту практического задания.

**1. Проектное задание 1 «Компания и ее отрасль»**

В ходе выполнения данного проектного задания учащиеся должны объединиться в проектные группы по 3-4 человека и дать характеристику конкретной отрасли, а также произвести анализ деятельности выбранной компании, работающей в данной отрасли. По итогам работы над проектным заданием каждая проектная группа должна подготовить:

- письменный отчет по проектному заданию,

- видеоролик,

- презентация.

**Занятие 1 (5 ак.часов)**

* Разъяснение структуры курса, основных этапов работы
* Знакомство студентов с существующими отраслями хозяйствования РФ
* Распределение отраслей в порядке жеребьевки между студентами
* Выбор и представление по одной компании, работающей в каждой отрасли
* Распределение учащихся по группам, закрепление компании за каждой группой
* Краткая характеристика выбранной компании
* Описание отрасли, в которой функционирует компания:
  + основные игроки (производители и продавцы);
  + производимая и предлагаемая продукция отрасли;
  + особенности государственного и правового регулирования выбранной отрасли;
  + привлекательность отрасли для новых игроков;
  + темпы технологического роста отрасли (роботизация, автоматизация);
  + статистические данные по выбранной отрасли за последние 10 лет (объемы продаж, темпы роста, количество новых предприятий, количество закрытых компаний и т.д.);
  + перспективы развития отрасли (прогнозы, тренды, тенденции).

**Занятие 2 (5 ак.часов)**

* Ближайшие конкуренты (несколько компаний, наиболее близких по своим характеристикам к объекту исследования):
  + названия компаний-конкурентов,
  + сегмент рынка, охваченный каждой из компании,
  + ключевые преимущества каждой из компаний,
  + «слабые места» каждой из компаний.
* Подробное описание роли и значимости выбранной компании в данной отрасли:
  + сегмент рынка,
  + основные потребители,
  + преимущества компании по сравнению с ближайшими конкурентами,
  + «слабые места» компании по сравнению с ближайшими конкурентами.

**Занятие 3 (5 ак.часов)**

* Просмотр подготовленных микрогруппами видеороликов и презентаций: ответы на вопросы, предоставление обратной связи.
* Доработка презентаций и отчета.

**2. Проектное задание 2 «Компания и ее потребитель»**

В ходе выполнения данного проектного задания учащиеся должны объединиться в проектные группы по 3-4 человека и дать характеристику рынка, на котором действует компания, а также произвести анализ деятельности выбранной компании с позиции потребителя и «глазами потребителя». По итогам работы над проектным заданием каждая проектная группа должна подготовить:

- письменный отчет по проектному заданию,

- видеоролик,

- презентация.

**Занятие 4 (5 ак.часов)**

* Фиксирование микрогрупп, компаний и выбранных отраслей для проектного задания, внесение корректировок при необходимости;
* Портрет потребителя:
* на кого рассчитан продукт\услуга, производимый компанией
* подробная характеристика целевой аудитории, на которую работает производитель (географические, демографические, социально-экономические, психографические и другие признаки, а также особенности поведения)
* дополнительные категории потенциальных потребителей, кому могла бы быть интересна данная продукция или услуга
* Характеристика потребителя с помощью методики 5W (What? Who? Why? When? Where?)

**Занятие 5 (5 ак.часов)**

* Критический анализ с точки зрения целевой аудитории:
  + упаковки и дизайна производимого продукта,
  + сайта компании,
  + нескольких рекламных объявлений компании (2-3).
* Выявление ошибок и разработка рекомендаций по их устранению
* Сравнение с конкурентами
* Создание сценария мероприятия «тайный покупатель» для выбранной компании:
* Где, как и когда происходит приобретение товара\услуги тайными агентами,
* Какие проблемные ситуации будут инсценироваться и провоцироваться,
* Какие характеристики товара\услуги будут оцениваться и по какой шкале,
* Какие характеристики сервиса\обслуживания будут оцениваться и по какой шкале,
* Где и как будет набираться штат тайных покупателей (количество, пол, возраст),
* Форма отчетности, которую предоставляю «тайные покупатели»,
* Продукция\услуги какие конкурентов будут подвержены сравнительному анализу.

**Занятие 6 (5 ак.часов)**

* Преподаватель дает обратную связь по сценарию мероприятия «Тайный покупатель», присланному заранее на почту
* Просмотр подготовленных микрогруппами видеороликов и презентаций: ответы на вопросы, предоставление обратной связи.
* Доработка презентаций и отчета.

**3. Проектное задание 3 «Компания в цифровой среде»**

В ходе выполнения данного проектного задания учащиеся должны объединиться в проектные группы по 3-4 человека и дать характеристику цифровой среды, в которой действует компания:

1. произвести анализ сайта компании,
2. проанализировать подходы к организации каналов распределения (оффлайн, онлайн, гибридный подход),
3. произвести анализ способов продвижения выбранной компании в социальных сетях,
4. определить, использует ли компания омниканальный подход,
5. провести анализ отзывов потребителей о компании, опубликованных в интернет,
6. разработать практические рекомендации по совершенствованию деятельности компании в цифровой среде.

По итогам работы над проектным заданием каждая проектная группа должна подготовить:

- письменный отчет по проектному заданию,

- видеоролик,

- презентация.

**Занятие 7 (5 ак.часов)**

* Разъяснение структуры проекта, основных этапов работы
* Знакомство студентов с цифровой средой компании
* Распределение учащихся по группам, закрепление компании за каждой группой
* Краткая характеристика выбранной компании и ее цифровой среды (каналы продвижения компании, анализ сайта, SMM, отзывов потребителей).

**Занятие 8 (5 ак.часов)**

* Фиксирование микрогрупп, компаний и выбранных отраслей для проектного задания, внесение корректировок при необходимости
* Анализ сайта компании (контент, дизайн, usability, функциональность и др.)
* Проанализировать подходы компании к организации каналов распределения (оффлайн, онлайн, гибридный подход)

**Занятие 9 (5 ак.часов)**

* произвести анализ способов продвижения выбранной компании в социальных сетях,
* определить, использует ли компания омниканальный подход,
* провести анализ отзывов потребителей о компании, опубликованных в интернет
* разработать практические рекомендации по совершенствованию деятельности компании в цифровой среде

**Занятие 10 (5 ак.часов)**

* Преподаватель дает обратную связь по практическим рекомендациям, направленным на совершенствование продвижения компании в цифровой среде, рекомендации присылаются заранее на почту
* Просмотр подготовленных микрогруппами видеороликов и презентаций: ответы на вопросы, предоставление обратной связи.
* Доработка презентаций и отчета.

**Занятие 11 (5 ак.часов)**

Обобщение наработанных материалов всех трех проектов. Формирование комплексной стратегии позиционирования компании на рынке.

# Тематическое планирование

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование разделов, тем и их содержание** | **Количество аудиторных часов** | **Основные виды деятельности** |
| 1 | Выбор направления обучения | 13 | Дистанционный формат |
| 2 | Проектное задание 1 «Компания и ее отрасль» | 10 | Лекция, выполнение заданий |
| 3 | Презентация выполненных проектов | 5 | Дискуссия по результатам проектов |
| 4 | Проектное задание 2 «Компания и ее потребитель» | 10 | Лекция, выполнение заданий |
| 5 | Презентация выполненных проектов | 5 | Дискуссия по результатам проектов |
| 6 | Проектное задание 3 «Компания в цифровой среде» | 15 | Лекция, выполнение заданий |
| 7 | Презентация выполненных проектов | 5 | Дискуссия по результатам проектов |
| 8 | Обобщающее занятие | 5 | Дискуссия |
|  | **Итого:** | **68** |  |

# Формы контроля

**Оценка за курс = 60% констатирующие + 20% формирующие + 20% творческие работы**

Констатирующие оценки – оценки за 3 отчета по проектам;

Формирующие оценки – оценки за промежуточные результаты отдельных заданий на занятиях;

Творческие работы – оценки за видеоролики по проектам.

# Список рекомендуемой литературы:

Основной учебник:

Киреев А.П. Экономика (углублённый уровень) 10-11 класс М.: Вита-Пресс 2017

Дополнительная литература:

1. Боголюбов Л.Н., Аверьянов Ю.И., Белявский А.В. и др. / Под ред. Боголюбова Л.Н., Лазебниковой А.Ю., Телюкиной М.В. Обществознание (базовый уровень). Учебник для 10 кл. - М.: Просвещение, 2016
2. Cимоненко В. Д. Основы предпринимательства. 10—11 кл.: Учеб. пособие. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2005
3. Остервальдер А., Пенье Ив. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2017
4. Власова. В.М. Основы предпринимательской деятельности: Маркетинг. / В. М. Власова. - М: Финансы и статистика, 2000. - 240с.