

Проектная деятельность на курсе “Стратегический маркетинг” : обзор работ 2 курса

Для формирования полноценных знаний и умений недостаточно одной лишь сухой теории из учебников. Чтобы углубиться в изучаемую тему нужно освоить ее на практике. Именно поэтому на ФМк много времени уделяется проектной деятельности. Здесь студенты могут применить свои знания на практике и проявить креатив. Одним из предметов, на котором студенты могут применить свои знания и проявить креатив, стал Стратегический маркетинг. Сегодня расскажем, как в рамках курса рождаются готовые проработанные идеи для стартапов.

Как организована проектная деятельность на курсе “Стратегический маркетинг”?

Проект разделен на три этапа – идея, анализ и стратегии. Каждый из них разбит на подэтапы, которые имеют свои дедлайны.

Вся работа проходит на интерактивной платформе Trello. На ней студенты видят задания на специальных карточках, могут создавать чек-листы по работе, отмечать степень готовности заданий и получать комментарии преподавателя.

В общем виде процесс подготовки проекта выглядит так:

1. На лекции студенты получают материал, который им нужен для выполнения подэтапа;
2. В течение недели они готовят его и получают фидбек от преподавателя;
3. На следующей лекции преподаватель комментирует работы, чтобы вместе со студентами проанализировать распространенные ошибки, им дает материал для следующего подэтапа.

По итогам проекта студенты формируют общий отчет и защищают его.

Что включает в себя разработка проекта?

Любой проект начинается с идеи. На первом этапе студенты формируют команды и план работы, детально продумывают концепцию и бизнес-план, определяют предварительные KPI проекта.

Второй этап подразумевает анализ рынка: конкурентов, действующих тренды, а также PEST-анализ. Помимо этого, на этом этапе студенты изучают свою целевую аудиторию: разрабатывают и запускают анкеты для проверки гипотез о своем проекте и его будущих пользователях.

Третий этап посвящен проработке различных стратегий. Здесь студенты должны окончательно определить брендинг и позиционирование их бизнеса, каналы и конкретные способы взаимодействия с покупателями, а также составить план маркетинговой деятельности.

После каждого этапа студенты защищают отчет о проделанной работе на русском или английском языке.

Проекты 2 курса специальности “Рекламная деятельность”

● Студия саунд-дизайна “Diatonic Labs”

Саунд-дизайн – это процесс создания узнаваемого и характерного звукового имиджа для бренда или продукта. Он используется для того, чтобы увеличить узнаваемость бренда, усилить эмоциональную связь между брендом и потребителем, и помочь сформировать положительное восприятие продукта или услуги.

Команда придумала идею первого саунд-дизайн агентства в Беларуси, которое может предоставлять услуги по аудиостратегии и концепции, созданию аудиторлоготипов и джинглов, оформлению UX/UI аудиодизайна и другим направлениям.

Проект направлен на B2B рынок. Стратегия продвижения направлена на взаимодействие с потребителями с помощью сайта и социальных сетей. Возможный контент: кейсы, отзывы, обучающие материалы, отраслевые исследования, которые подчеркивают важность саунд-дизайна.



● Приложение для составления виртуального

гардероба “HELPLOOK”

В приложении можно виртуально примерять одежду, представленную в различных магазинах, бронировать понравившиеся элементы для дальнейшей покупки, составлять виртуальный гардероб из собственной одежды. Также на платформе доступна галерея образов для вдохновения и помощь стилиста по подбору одежды.

Рынок: B2C (пользователи приложения) и B2B (магазины для сотрудничества и добавления их ассортимента в приложение).

Продвижение: сотрудничество с фешн-блогерами, социальные сети, органическое продвижение на выдаче агрегаторов приложений, конкурсы на лучшие образы.



© Рекламное агентство для коммерческих и некоммерческих организаций “AVA”

Агентство направлено на повышение эффективности продвижения социально значимых проектов за счет двух факторов:

1. Использование 20-25 % выручки от работы с коммерческими организациями на продвижение некоммерческих;
2. Внедрение нестандартных способов продвижения.

Рынок: B2B. Продвижение: социальные сети, таргетированная реклама, e-mail-рассылки, сайт.



● ***Приложение-агрегатор для благотворительных пожертвований “В твоих руках”***

Это приложение, через которое пользователи смогут узнавать полезную информацию о благотворительности и отправлять пожертвования в проверенные фонды Беларуси. В нем можно будет привязать свою карту и оформлять подписку на различные фонды.

Рынок: B2C. Продвижение: социальные сети, influence-маркетинг, СМИ, мерч.



● ***Эко-приложение с информацией о переработке “Zone Eco”***

С помощью приложения пользователь может узнавать тип мусора, который собирается выбросить, и места, как и куда его можно сдать на переработку.

Рынок: B2C. Продвижение: сайт, таргетированная и баннерная реклама, офлайн-реклама, социальные сети.



● ***Онлайн-журнал на белорусском языке “Увага!”***

Сайт и приложение со статьями и подкастами на темы digital, IT, искусства, психологии и другими в особом запоминающемся стиле.

Рынок: B2C. Продвижение: социальные сети, influence-маркетинг, PR-мероприятия, сотрудничество с белорусскими брендами.



● **Приложение для путешествий автостопом “Bon Voyage”**

С помощью приложения можно найти интересные места для посещения по маршруту следования вашего путешествия, а также попутчиков.

Рынок: B2C. Продвижение: баннерная реклама, социальные сети.



● **Приложение для отслеживания зрения “You.Sight”**

С помощью приложения можно получать консультации офтальмологов, полезные советы для сохранения здоровья глаз, а также отслеживать правильность использования очков и линз.

Рынок: B2C. Продвижение: социальные сети, influence-маркетинг, сайт, оффлайн-реклама.



Каждая команда в течение семестра проделала большую работу по разработке своего проекта: было прослушано много часов лекций, просмотрены сотни статей и десятки часов проведены в библиотеке БГЭУ. Все это дало студентам понимание, насколько сложным и одновременно интересным может быть процесс разработки собственного проекта.

В следующих статьях мы подробнее рассмотрим некоторые из этих проектов, поделимся отчетными презентациями ребят. В таком же формате мы расскажем и о работах 3 курса.