

# Рекрутинг в AIESEC

Организатор проекта  
Студент 31 группы ФЭУП  
Красношапка Виктор

# План

- Цель проекта
- Необходимые ресурсы
- План реализации проекта
- Показатели эффективности
- Партнеры проекта
- SWOT анализ

# Цель проекта

- Основной целью проекта является набрать как можно большее количество заинтересованных студентов в организацию.
- Качественная реализация проекта даст организации человеческие ресурсы, которые нужны для реализации других проектов.

# Необходимые ресурсы

- Человеческие - для создания команды (4 чел.)
- Денежные – для пополнения счета ( 200 грн.)
- Место проведения
- Еда и напитки для перерывов
- Аппаратура
- Бумага и карандаши
- Листовки

# План реализации проекта

	Год	2016									
		Месяц	Март				Апрель				Май
			Неделя	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1.</b>	<b>Первый этап</b>										
	Знакомство с командой										
	Ознакомление с планом реализации проекта										
	Утверждение текста объявлений										
	Классшауты										
	Размещение постов в соцсетях										
	Согласование презентаций с администрацией										
	Проведение презентаций в университетах										
	Обработка анкет и внесение их в базу данных										
	Обзвон участников и приглашение на X-день										
	Проведение X-дней (каждые выходные)										
	Проведение собеседований										
<b>2.</b>	<b>Второй этап</b>										
	Поиск спонсоров мероприятия										
	Поиск помещения										
	Ведение группы для участников										
	Приглашение спикеров										
	Мобилизация сил для проведения мероприятия										
	Подготовка помещения										
	Проведение мероприятия										
	Компенсация затрат из бюджета организации										

# Показатели эффективности

- Количество набранных.

Данный показатель позволяет оценить насколько продуктивно команда работала в сфере маркетинга. Чем больше людей знало о наборе – тем больше смогло попасть в организацию.

Результат:

Более 550 человек узнало об организации

220 – подало заявку

100 – проведено интервью

25 – принято в организацию

- Качество набранных.

То есть готовность людей работать в организации. Длительность их пребывания в организации. Разделение ценностей организации. Желание развиваться. Данный показатель позволяет оценить насколько эффективно были проведены интервью с кандидатами.

Результат: из 25 принятых 18 до сих пор в организации и большинство реализуют свои собственные проекты.

# Партнеры проекта

- ОНУ им.Мечникова – предоставление места.
- Impact Hub Odessa – предоставление аппаратуры и места.
- Форнетти – предоставление еды.
- Red Bull - предоставление напитков.
- Offsetic – распечатка листовок и блокнотов.

# SWOT анализ

S - сильные стороны

- Международный статус организации
- Опыт реализации проектов
- Слаженная команда и работа
- Большое количество партнеров

W – слабые стороны

- Плотный график членов команды
- Проживание членов команды в разных частях города
- Поздний старт фазы подготовки мероприятия

O – возможности

- Большая целевая аудитория
- Возможность посоветоваться и попросить помощи у более опытных участников организации
- Большая база данных

T – угрозы

- Пассивность целевой аудитории
- Угроза срыва мероприятия из-за позднего начала подготовки





**Спасибо за внимание!**