

УМНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



Участники команды:

Акимова София,
Силкина Виктория,
Фёдорова Кристина,
Михеева Мария,
Усов Артем,
Бежан Роман,
Быстрова Ольга,
Степаненко Евгений,
Тихомирова Екатерина.

Совместная бизнес-игра
студентов
профиля «Маркетинг» и
направления «Информационная
безопасность»

Проблемы и цель

Управленческая проблема – решение о выпуске на рынок нового ПО

Исследовательская проблема – Недостаток информации о рынке ПО для образовательных учреждений

Цель - на основе маркетингового исследования сгенерировать концепцию нового информационного продукта



Объект и предмет исследования

Программные продукты (ПП)
для образовательных
учреждений (ОУ)

1. студент-студент
2. студент-преподаватель
3. преподаватель-преподаватель
4. сотрудники ОУ – сотрудники ОУ
5. выпускники – ОУ
6. Студенты – выпускники
7. студенты – работодатели
8. работодатели – ОУ
9. Абитуриенты – ОУ
10. Заказчики интеллектуальных продуктов

Потребитель

1. Студент
2. Абитуриент
3. Выпускник
4. Преподаватель
5. Сотрудник ОУ
6. Работодатель
7. Заказчик интеллектуальных продуктов

Конкуренты

Компании,
разрабатывающие
программные
продукты для ОУ

Маркетинговое исследование

Метод исследования: кабинетный, полевой

Метод сбора информации: традиционный анализ документов, экспертное интервью, глубинное интервью с потенциальными потребителями

Тип выборки экспертов: детерминированная, не квотированная

Тип выборки респондентов для глубинного интервью: детерминированная, квотированная (размер квоты не менее 4 респондентов)

Характер информации: первичная/вторичная, качественная

Наши Эксперты

- *Соловьёва Дина Витальевна*
- Профессор, кандидат экономических наук

- *Емцова Марина Геннадьевна*
- Старший преподаватель

- *Фенькин Алексей Анатольевич*
- Доцент, кандидат экономических наук

- *Фёдор Дмитрий Юрьевич*
- Старший преподаватель

- *Погорельцев Александр Сергеевич*
- Кандидат экономических наук

Идея социальной сети

студент-студент-абитуриент-ОУ-преподаватель:

Описание продукта: по типу соц. сети, в котором регистрируешься и выбираешь свою категорию – абитуриент, студент, выпускник, преподаватель.

У каждого свой личный кабинет и определенный функционал, возможности.

Обязательная регистрация через ОУ (как студентов, так и преподавателей).

Функционал:

создание своего
профиля,

добавление
фотографий,

переписка с
участниками сети.

ОУ может размещать
рекламу, новости,
мероприятия, т.е.
держат студентов в
курсе последних
событий.

Данный продукт удовлетворяет
такие информационные
потребности, как: информация о
процессах, связанных с
университетской жизнью,
информация о студентах,
преподавателях, выпускниках ОУ;
осуществление коммуникаций с
любым из участников соц. сети.

Идея: Приложение, моделирующее бизнес-кейсы

студент - ОУ - компания партнер - преподаватель

Описание продукта: Программный продукт, который позволяет преподавателю/ компании-партнеру вводить необходимые параметры, а приложение – смоделирует ситуацию.

- Задания могут даваться также на уровне всего университета.
- Наиболее активные и креативные студенты *поощряются* (к примеру, возможность стажировки за границей).
- У кейсов также может быть свой заказчик, который решает, какое вознаграждение положено самым лучшим.

Идея «Формирование карьеры студента»

работодатели – ОУ - студенты – преподаватели – выпускники:

Описание продукта: **электронный портал** при ВУЗе, формирующий карьеру студентов. Его целью является обеспечение электронного взаимодействия работодателей со студентами, выпускниками, а также преподавателями. Что включает в себя портал:

-Выставление вакансий, стажировок и требования к ним.
-Участие в деловых играх – Р. может формулировать игровые кейсы на основе реальных проблем компании.
-Участие в мастер-классах.

Работодатель:

-ОУ вносит базу данных студентов в программу, студент по желанию может выйти из нее.
-Выпускники отправляют заявку на вступление в данный портал.
-У студентов есть возможность получить практические навыки уже в процессе учебы, участвуя в деловых играх, мастер-классах, стажирясь в компаниях.
!Причем самые успешные студенты будут поощряться подарками и сертификатами, дипломами.
!А также дает им возможность участвовать в более масштабных проектах, тем самым все более обрстая опытом.

Студент, выпускник:

-У преподавателя есть возможность следить за успешностью студентов,
-анализировать современные проблемы в компаниях и на их основе строить методологию обучения.

Преподаватель:



Преимущества для университетов:

Возможность получения непрерывной обратной связи от непосредственных потребителей научно-образовательных продуктов ВУЗа, развитие учебных программ и работы со студентами.

Приведение своей деятельности к международным стандартам в области образования.

Новые рынки образовательных услуг в виде предоставления корпоративного обучения на предприятиях и в организациях.

Обеспечение более высокого уровня развития выпускаемых специалистов.

Преимущества для студентов и специалистов-выпускников:

Возможность в течение обучения в ВУЗе выбрать наиболее оптимальную для себя сферу дальнейшей профессиональной деятельности и определиться со своим будущим работодателем.

Возможность поддержания высокого уровня своей теоретической подготовки.

Непрерывное обновление своих знаний, постоянное повышение профессиональной квалификации.

Возможность обратиться за помощью к преподавателям и научным сотрудникам ВУЗа при возникновении затруднительной ситуации на производстве.

Преимущества для работодателя:

Обеспечение более высокого качества выполняемых работ, оказываемых услуг, увеличение эффективности реализуемых организацией проектов.

Поддержание на высоком уровне профессиональных компетенций сотрудников организации.

Возможность использования в решении производственных задач организации научного потенциала ВУЗов.

Дополнительная привлекательность организации в качестве работодателя, заботящегося о профессиональном росте и развитии своих специалистов

Выводы относительно идей информационных продуктов по итогам проведенного исследования

-Рынок по данной тематике в современном обществе достаточно - развит и насыщен, вхождение на такой рынок чревато высокой конкуренцией и высокими ценовыми барьерами.

Вывод: продукт «Соц. сеть университета» не актуален.

«Соц. сеть университета»

-Данный продукт интересен современному обществу. Компании сейчас более социально настроенные, они проявляют желание сотрудничать с университетами – предлагать стажировки, участвовать в бизнес-играх и т.д.

-И студентам и выпускникам такой проект кажется очень перспективным.

Вывод: рассматривать проект на след. ступени

«Формирование карьеры студента»

-Аналогов такого продукта нет.

-Это интересное направление, с точки зрения создания новой ниши на рынке.

-Получены положительные отзывы компаний-партнеров, им интересно поучаствовать в бизнес-играх, основой которых ляжет их реальная управленческая проблема.

!Но есть загвоздка в том, что нет понятия реальна ли эта идея до конца.

«Приложение, моделирующее бизнес-кейсы»

Конец

**Спасибо за
внимание!**