

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Югорский государственный университет»

Институт цифровой экономики

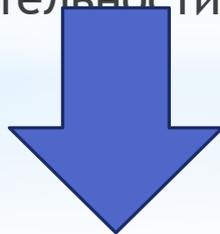
* КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

«Формирование и инструменты реализации
инвестиционной политики Ханты-Мансийского
автономного округа»

Ханты-Мансийск 2021

* Актуальность исследования

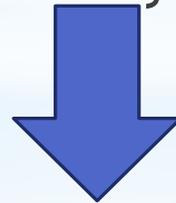
- * Один из важных новых инструментов реализации Стратегии - 2030 - комплексный маркетинг и брендинг региона - сфера, где автономному округу предстоит стать одним из регионов-пионеров в России в области инвестиционной политики.
- * Одним из требований является наличие специализированного двуязычного интернет-портала об инвестиционной деятельности в регионе.
- * Рост количества студентов позволит разрабатывать новые проекты с творческим подходом. Стоит отметить, что в последнее время количество пользователей интернета увеличилось по причине самоизоляции в связи со сложной эпидемиологической ситуацией в стране. Это показывает важность маркетинговой деятельности именно в области инвестиционной политики.



- * **ОТСУТСТВИЕ СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ИНСТАГРАМ**

* Основная идея проекта

- * отсутствует маркетинговая деятельность в социальных сетях;
- * слабая рекламная компания;
- * слабое финансирование в сфере маркетинга;
- * отсутствие сегментирования покупателей;
- * отсутствие организационной структуры (группа) по маркетингу



- * Подбор двух маркетологов и разработка инстаграм-страницы инвестиционной политики ХМАО и

* Цель и задачи

** Цель: формирование и инструменты реализации инвестиционной политики Ханты-Мансийского автономного округа путем разработки маркетинговой деятельности.*

*** Задачи проекта:**

- * - разработать организационную структуру маркетинговой деятельности;
- * - распределить роли в команде;
- * - построить блок-схемы коммуникаций по проекту;
- * - изучить потенциальные риски проекта;
- * - оценить стоимость проекта.

* Гипотеза

- * Развитие маркетинговой деятельности выступает как инструмент реализации инвестиционной политики Ханты-Мансийского автономного округа, с помощью которого увеличится число участников и следовательно, число создаваемых новых проектов и разработок, а также повысится заинтересованность инвесторов.

*Новизна

*Заключается в проведении предпроектного анализа инвестиционной политики ХМАО (анализ окружения, социологическое исследование), проектного анализа (маркетинговой деятельности в области инвестиционной политики, разработка предложений, анализ рисков) и заключительной части (составление бюджета)

* Практическая и социальная значимость

- * Практическая значимость заключается во внедрении данного проекта в реальность в области инвестиционной политики в социальную сеть инстаграм.
- * Социальная значимость заключается в повышении узнаваемости инвестиционной политики и активного участия в жизни проектов населения (молодого).

*Срок выполнения и этапы работ



*Срок выполнения проекта: 1 месяц.

* При подготовке проекта нам помогали источники

- * Теоретические научные труды Вашаева Б.Х. с соавт. (2021), Дадаевой М.С. С соавт. (2021), Комаровой С.Н. (2020) и др. Они внесли вклад в расширении роли и сущности инвестиционной политики в целом в РФ и регионах. Рассмотрены механизмы формирования инвестиционной политики. Проанализированы маркетинговые стратегии в данной сфере.
- * Ресурс : <https://wordstat.yandex.ru/> необходим для технического анализа запросов определенных словосочетаний по выбранной тематике.
- * Ресурсы: <https://depeconom.admhmao.ru>, <https://investugra.ru/> необходимы для практического анализа инвестиционной политики в ХМАО.

*Ход работы

*Организационная структура группы по маркетингу



Шаблон для оформления страницы инстаграм представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Шаблон для оформления страницы инстаграм

* Контент-план для инстаграма

Инстаграм		
День	Вид контента	Тема публикации
1	вовлекающий	Конкурс
2	вовлекающий	Опрос, посвящённый инвестиционной политике ХМАО
3	бренд	Видео (reels) с видами проектов
4	обучающий	Анонс обучаемых платформ для подготовки проектов
5	вовлекающий	Напоминание о конкурсе
6	бренд	Интервью с руководителем Департамента по инвестиционной политике ХМАО
7	вовлекающий	Напоминание о конкурсе
8	обучающий	Благодарность за подписку и участие в опросе
9	бренд	Отзыв победителей конкурса
10	вовлекающий	Опрос, посвящённый мерам поддержки инвестиционной деятельности (виды фондов)
11	вовлекающий	Фотоотчёт участников инвестиционных проектов
12	обучающий	Публикация инвестиционных предложений
13	вовлекающий	Видео с ближайшими событиями в Югре
14	рекламный	Публикация совместной работы участников инвестиционных проектов

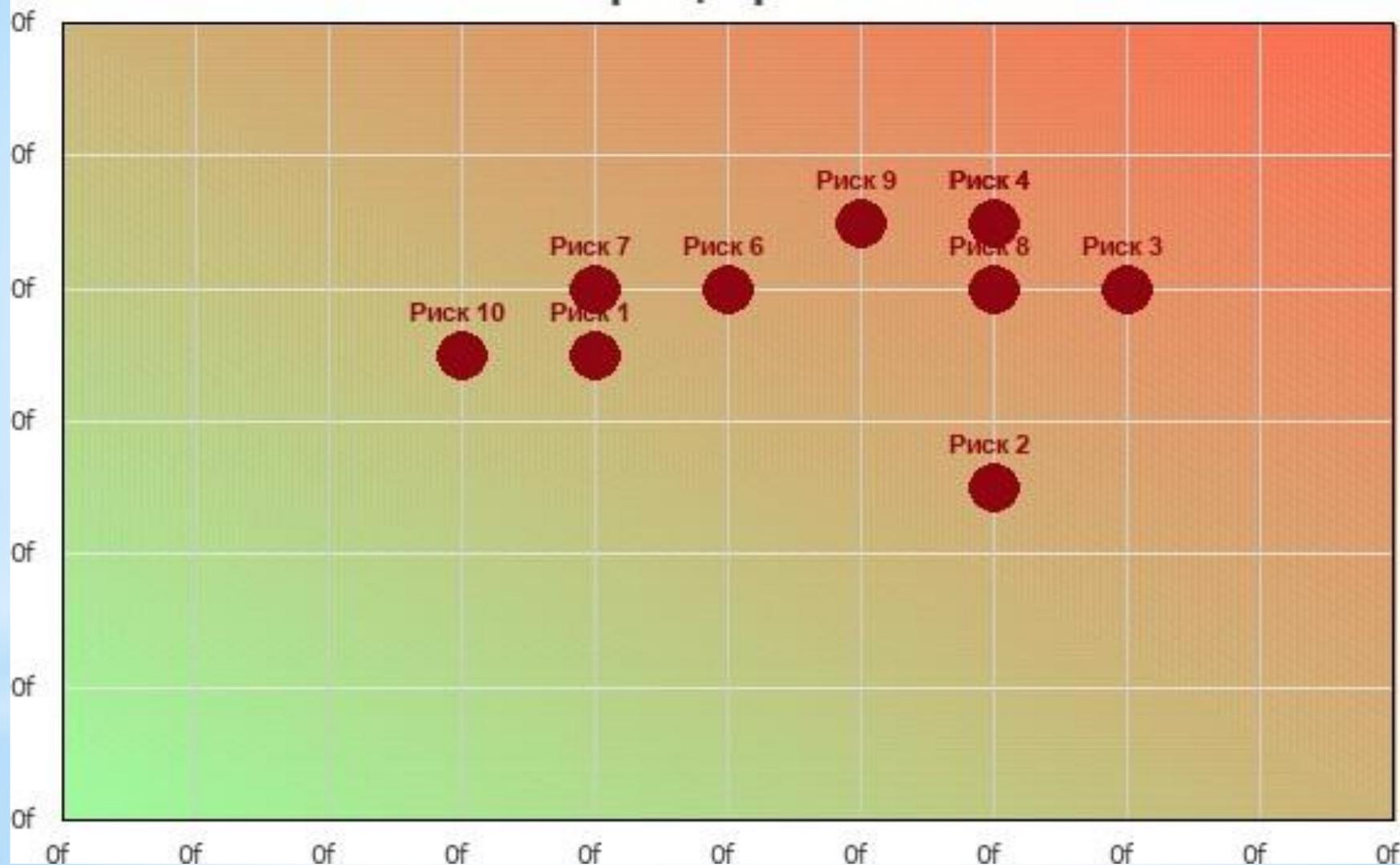
* Определение целевой аудитории

Целевая аудитория	Дайте подробную характеристику характерному представителю вашей целевой аудитории
Географические критерии	Ханты-Мансийский автономный округ-Югра
Социально-демографические	Девушки и юноши в возрасте 18-24 года, неженатые, студенты или строящие свою карьеру. Почему они? Потому что у них больше времени на самообучение и саморазвитие. Им интересно получать новые знания, вкладываться в себя. Уровень дохода средний.
Поведенческие	Они должны быть лучше, чем вчера, останавливают свой выбор, ориентируясь на увиденную или услышанную рекламу, часто сидят в социальных сетях
Психологические	Для них самое важное пополнение своих знаний и их закрепление, нацелены на карьерный рост, для этого им важно постоянно развиваться, убеждены, что можно получать дополнительные знания с помощью современных технологий. Склад характера нацеленный, если что-то им пришло в голову, доводят дело до конца, зависимы от планки, которая устанавливается в процессе работы, сравнивают себя с коллегами.
Reasons o Belief (Аргументация)	Образование - это фундамент карьеры. Быстрое развитие только с новыми технологиями. Доверие - есть начало успеха.
Суть в 1 предложении	Знакомство с инвестиционной политикой в инстаграме



Рисунок 2 - Пример ожидаемого приза

Матрица рисков



* Суммарные затраты

Наименование	Стратегия реализации	Затраты, руб., на 1 год
Создание группы по маркетингу	Для развития маркетинговой деятельности в области инвестиционной политики ХМАО. Заработная плата для двух маркетологов - 50 000 руб в месяц	600000
Продвижение публикации Инстаграм	2500 руб. в неделю	20000
Сувенирная продукция для проведения розыгрыша	2 футболки - 2000 руб., 2 бейсболки - 10000 руб., Термокружка - 500 руб.	3500
Итого		623 500

* Результаты проекта

- * - разработана организационную структуру маркетинговой деятельности;
- * - создана маркетинговая деятельность в области инвестиционной политики;
- * - распределены роли в команде;
- * - изучены потенциальные риски проекта;
- * - оценена стоимость проекта.

*Рекомендации

- * Необходимо проконтролировать и проверить аккаунт, что он зарегистрирован как бизнес-аккаунт (для проведения таргетинга в области инвестиционной политики);
- * При отсутствии интереса у целевой аудитории пересмотреть контент-план по инвестиционной политики;
- * При недофинансировании необходимо уменьшить бюджет проекта путем сокращения до 1 маркетолога;
- * Более тщательный конкурсный отбор на вакантные месте маркетологов, а также включение нескольких человек в резерв;
- * Тщательный контроль за выполнением контент-плана по инвестиционной политики.

* Выводы

- * В ходе разработки проекта команда совместно принимала участие в разработке данной тематике, выявив основные проблемы и предложив пути решения. Вклад каждого участника не оценим, так как каждый высказывал свою точку зрения, предлагал варианты решения поставленной проблемы, все участники проекта частично являлись исполнителями на каждом этапе, не смотря на то, что каждый из них побывал в роли владельца процесса. Разносторонние точки зрения и проведение дискуссий помогли участникам создать единый проект, объединив цель и задачи каждого из них.
- * Команда столкнулась со следующими проблемами:
 - * - разногласие по поводу выбора социальной сети,
 - * - разногласие по поводу выбора подарков для розыгрыша,
 - * - проблема иерархической структуры работы (например, кто-то хочет создать группу по маркетингу в последнюю очередь, кто-то хотел создать отдел и т.п.)