

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления наименование	Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» наименование
Направление подготовки	38.03.06 «Торговое дело» код и наименование
Профиль	«Коммерция» наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
на тему

«Бизнес-проект «VR-детектор эмоций».
Разработка маркетинговой стратегии»

Студент 19ЭК1 16.06.2023 Маренникова Валерия Андреевна
номер группы подпись, дата ФИО полностью

Руководитель К.Э.Н., доцент
звание, должность

ФГБОУ ВО «ПГУ» 16.06.2023 Зинченко С.В.
наименование организации подпись, дата фамилия, инициалы

Нормоконтролёр К.Э.Н., доцент 25.06.2023 Балахонова Е.В.
звание, должность подпись, дата фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой «Маркетинг,
коммерция и сфера обслуживания» Гамидуллаева Л.А.
подпись фамилия, инициалы

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК _____ Балахонова Е.В.
подпись фамилия, инициалы

Пенза 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»
д.э.н., проф. _____ Гамидуллаева Л.А.

ЗАДАНИЕ

по бакалаврской работе студенту

Маренниковой Валерии Андреевне
(ФИО)

- 1. Тема работы:** Бизнес-проект «VR-детектор эмоций». Разработка маркетинговой стратегии проекта.
- 2. Срок сдачи студентом законченной работы:** 16 июня 2023 г.
- 3. Исходные данные к работе:** Исходная информация о стартап-проекте, информация из профессиональных источников, аналитических отчетов о рынке виртуальной и дополненной реальности, маркетинговые исследования автора.
- 4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов):** Описание стартап-проекта «VR-детектор эмоций», разработка маркетинговой стратегии стартап-проекта «VR-детектор эмоций», расчет затрат на реализацию мероприятий маркетинговой стратегии стартап-проекта «VR-детектор эмоций».
- 5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей):** демонстрационные слайды, раздаточный материал.

Дата выдачи задания: 20 февраля 2023 г.

Руководитель: _____
(подпись)

Задание принял к исполнению: 20 февраля 2023 г.
(дата)

(подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	20.02.2023	23.02.2023	
Введение	23.02.2023	15.06.2023	
1 Разработка стартап-проекта «VR-детектор эмоций»	23.02.2023	08.04.2023	
1.1 Описание проекта «VR-детектор эмоций»	23.02.2023	17.03.2023	
1.2 Анализ динамики и тенденций развития рынка виртуальной и дополненной реальности	18.03.2023	01.04.2023	
1.3 Исследование потребителей технологий виртуальной и дополненной реальности	02.04.2023	08.04.2023	
2 Разработка маркетинговой стратегии стартап-проекта «VR-детектор эмоций»	09.04.2023	28.05.2023	
2.1 Маркетинговая стратегия стартап-проекта «VR-детектор эмоций»	09.04.2023	17.05.2023	
2.2 Расчет затрат на реализацию мероприятий маркетинговой стратегии стартап-проекта «VR-детектор эмоций»	18.05.2023	28.05.2023	
Заключение	29.05.2023	15.06.2023	
Глоссарий	29.05.2023	15.06.2023	
Список использованных источников	20.02.2023	15.06.2023	
Приложения	23.02.2023	15.06.2023	

Руководитель бакалаврской работы _____ Зинченко С.В.
(подпись)

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы: «Бизнес-проект «VR–детектор эмоций».
Разработка маркетинговой стратегии проекта».

Автор бакалаврской работы: Маренникова В.А., группа 19ЭК1.

Руководитель бакалаврской работы: Зинченко С.В.

Год защиты бакалаврской работы: 2023.

В современном мире виртуальная и дополненная реальность стали одними из самых прорывных технологий. Они являются востребованными во многих сферах – наука, образование, маркетинг, развлечения, медицина и многое другое, открывают для пользователей новый мир с неограниченными возможностями. В ответ на это на мировом и российском рынках появляются новые компании, предлагающие продукты и решения на базе технологий, одним из которых является стартап-проект «VR-детектор эмоций», реализация которого на рынке требует разработки маркетинговой стратегии, что и обусловило актуальность работы.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка маркетинговой стратегии стартап-проекта «VR-детектор эмоций». Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- описать продукт «VR-детектор эмоций»;
- разработать бизнес-план стартап-проекта «VR-детектор эмоций»;
- проанализировать динамику и тенденции развития рынка виртуальной и дополненной реальности;
- исследовать поведение потребителей технологий виртуальной и дополненной реальности;
- разработать маркетинговую стратегию проекта «VR-детектор эмоций» и дать ее экономическое обоснование.

В ходе выполнения работы были проанализированы динамика и тенденции развития рынка виртуальной и дополненной реальности, исследовано поведение потребителей технологий виртуальной и дополненной реальности.

В ходе проведённого исследования было выявлено, что российский рынок технологий виртуальной реальности очень молод, а популярность использования технологий виртуальной и дополненной реальности уверенно растет.

В работе обоснована разработка маркетинговой стратегии стартап-проекта «VR-детектор эмоций». Автором работы предложены мероприятия для осуществления маркетинговой стратегии стартап-проекта.

В выпускной квалификационной работе использованы следующие методы: анализ литературы, изучение и обобщение сведений, анализ целевой аудитории.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения разработанных мероприятий для реализации маркетинговой стратегии стартап-проекта «VR-детектор эмоций».

Объем выпускной квалификационной работы составляет 87 страниц формата А4. Работа содержит 13 таблиц, 13 рисунков и 2 приложения, 35 использованных источников.