**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной проект |
| Название проекта | Информационное сопровождение Студенческого Совета НИУ ВШЭ и проведение пиар-кампании выборов |
| Подразделение инициатор проекта | *отдел внутрикорпоративных коммуникаций,**Дирекция по связям с общественностью и информационным ресурсам НИУ ВШЭ* |
| Руководитель проекта | *Александров Иван**+79854467262**ialeksandrov@hse.ru* |
| Подробное описание содержания проектной работы | *Студенческий совет НИУ ВШЭ — это организация, которая активно принимает участие в жизни университета, помогая студентам решать самые разные вопросы — от учебных до социальных.* *Студсовет Вышки — орган демократического представительства студентов в делах университета, поэтому его состав ежегодно обновляется посредством проведения масштабных выборов в локальные студенческие советы подразделений: факультетов и общежитий, в которых участвуют студенты по всей Вышке.* *Цель этого проекта — сделать так, чтобы как можно больше студентов узнали и поучаствовали в выборах и как кандидаты и как избиратели. Для этого в команде нужны:* *- Дизайнер (4 человека)**- SMM (31 человек)**- Авторы (5 человек)* *Чем будут заниматься участники проекта?*1. *Разработкой контент-плана информационной кампании выборов в Студенческий совет (SMM, авторы)*
2. *Написанием текстов и пресс-релизов (в том числе для сайта studsovet.hse.ru и социальных медиа) (авторы, SMM)*
3. *Ведением сообществ выборов в социальных сетях (отдельная группа для каждого подразделения) (SMM)*
4. *Работой со студенческими медиа (авторы)*
5. *Разработкой фирменного стиля и визуального контента для выборов, а именно плакатов, баннеров в соцсетях, историями в HSE App (дизайнеры)*
6. *Организация мероприятий в рамках информационной кампании (SMM)*
 |
| Цель и задачи проекта | Цель проекта: Привлечь студентов Вышки к участию в выборах в Студенческий Совет НИУ ВШЭЗадачи проекта: Подготовить контент-план, графические материалы (фирменный стиль) и провести пиар-кампанию выборов |
| Проектное задание (виды деятельности, выполняемые студентом в проекте) | Разработать контент-план Разработать фирменный стиль Ведение социальных сетей и сайта Написание текстов о деятельности студенческого самоуправления Вышки |
| Сроки реализации проекта | 18.10 — 25.12 |
| Количество кредитов  | *3* |
| Форма итогового контроля | *Анализ эффективности проведенной пиар-кампании* |
| Тип занятости студента | *Удаленно* |
| Трудоемкость (часы в неделю)  | *10* |
| Вид проектной деятельности | *Прикладной проект* |
| Требования к студентам, участникам проекта | *Кандидаты в SMM:**— Опыт ведения сообществ в социальных сетях**— Опыт написания пресс-релизов, текстов для социальных сетей, разъясняющих и партнерских материалов**— Частое присутствие в социальных сетях и быстрый отклик**Кандидаты-авторы:**— Опыт написания разъясняющих и партнерских материалов, лонгридов и ведения спецпроектов**— Осведомленность о внутренних процессах и документах Вышки (вы знаете, что такое СОП, ПУД, ПВРО и ПВРСО)**— Живой слог, знание и понимание целевой аудитории**Кандидаты-дизайнеры:**— Работа в Photoshop/Illustrator (фирменный стиль и визуальные материалы)* |
| Планируемые результаты проекта | *Разработанная информационная стратегия и операционное освещение кампании**Эффективность проведенной пиар-кампании измеряется в:** *Увеличение количества кандидатов (в сравнении с 2018 годом)*
* *Увеличение количества избирателей (в сравнении с 2018 годом)*
* *Увеличение количества подписчиков в социальных сетях Студенческого совета и сообществах выборов*
* *Увеличение охвата подписчиков в социальных сетях Студенческого совета*
 |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию  | *Устный, презентация своего вклада в проект* |
| Критерии оценивания результатов проекта | *SMM:**0,35\*(эффективность пиар-кампании(1)) + 0,35\*(количество и качество материалов(2)) +0,3\*(регулярность работы (2))**Авторы:**0,1\*(эффективность пиар-кампании(1)) +* *0,5\*( качество материалов(2)) +**0,4\*(регулярность работы (2))**Дизайнер:**0,1\*(эффективность пиар-кампании(1)) + 0,5\*(количество и качество разработанных элементов айдентики кампании и визуальных материалов(2)) +0,4\*(регулярность работы (2))*1. *— учитываются пункты из раздела «Планируемые результаты проекта»*
2. *— оценивается руководителем проекта*
 |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *нет* |
| Количество вакантных мест на проекте | *40* |
| Критерии отбора студентов (применяются в случае большого количества заявок на проект) | *Тестовое задание, собеседование.* *Тестовое задание можно пройти в опросе по следующей ссылке:*[**https://forms.gle/Ktxq6zGEx8MEhh7j9**](https://forms.gle/Ktxq6zGEx8MEhh7j9) |
| Рекомендуемые образовательные программы | *Все бакалаврские образовательные программы НИУ ВШЭ.* |
| Территория | *Покровский бульвар, 9* |