**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | *Прикладной* |
| Название проекта | *Бренд территории как медиапродукт. Практика формирования и развития* |
| Подразделение инициатор проекта | *Департамент медиа* |
| Руководитель проекта | *Долгов Сергей Сергеевич, руководитель проектного офиса Wake Up, Сооснователь коливинга Melnca Space*  *Шелухин Дмитрий Викторович, заместитель декана Факультета КМД* |
| **Описание содержания проектной работы** | *Проект посвящен теории и практике разработки и продвижения бренда территории как медиа-продукта.*  *Каждый год в глобальном медиа-пространстве появляются новые инструменты формирования и популяризации бренда, которые открывают широкие возможности перед местными сообществами и медиа-экспертами.*  *Задача курса - познакомить студентов с современными подходами в развитии территорий, научить интегрировать полученные знания и профессиональное отвечать на запросы среды.*  *В процессе обучения студенты распределяются по командам. Каждая команда берет на себя блок, связанный с одной из лекционных тем и готовится для дальнейшей проработки на реальной территории.*  *В качестве территории практической работы выбрана Бурятия, богатая традициями, культурой, историей и потенциалом развития.*  *В рамках экспедиции мы посетим территории Окинского, Тункинского, Кабанского, Кяхтинского, Курумканского, Баргузинского, Бичурского и Прибайкальского районов, где планируется знакомство с местными культурами, исследование и проработка прототипов проектов развития местных брендов на основе бурятской, семейской, эвенкийской, сойотской культур и культуры байкальских поморов.*  *В финале экспедиции студенты примут участие в хакатоне по разработке бренда территории на основе собранных данных, который будет представлен для оценки экспертам и лидерам местных сообществ.*   * Никита Мосин, основатель студии Harbor Digital, занимающейся разработкой решений для культуры и бизнеса с помощью технологий виртуальной и дополненной реальности. * Алина Бакирова, CEO Зов Земли, организатором ведущих этнических событий в Санкт-Петербурге и Москве. * Мария Борисенок, Теплица Социальных Технологий * Артем Чернега, Администрация Тотемского района * Екатерина Затуливетер, Альтуризм * Алексей Фатькин, Высшая Школа Урбанистики, Архитектурное Бюро “Апрель” * Андрей Белецкий, создатель игр “Человеколось” и “Черная книга” * Жюльнар Асфари, директор Центра развития социального предпринимательства СОЛь * Владислав Кунин, директор Проектной лаборатории Architecture Future Foundation |
| **Цель и задачи проекта** | 1. *Интегрировать знания и навыки студентов в интегрированных коммуникациях, полученных в процессе освоения своих специальностей, к теме изучения, создания, развития и продвижения бренда территории.* 2. *Помочь освоить будущим сотрудниками медиасферы (журналистам, социологам, аналитикам, копирайтерам, арт-директорам, редакторам, психологам, бренд-менеджерам, стратегам и представителям смежных профессий навыки и компетенции, необходимые для успешного развития территорий и развития себя в профессии.* 3. *Получение практического опыта в процессе решения задач по продвижению бренда конкретной территории.* 4. *Создать в рамках учебного проекта рабочий прототип, основа которого послужит для реализации полноценной стратегии.* |
| **Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки** | 1. *Анализ образа территории (геополитика, экономика и история, особенности природы и ландшафта, селебрити, специфические черты) и его след в медиапространстве.* 2. *Исследование стейкхолдеров будущего бренда территории.* 3. *Исследование влияния образа территории на восприятие жителей соседних регионов и обратное влияния их на образ территории.* 4. *Разработка гипотез по возможным стратегиям.* 5. *Экспедиция на территорию с целью изучения местных особенностей.* 6. *Разработка концепции бренда территории.* 7. *Разработка стратегии продвижения бренда в различных медиаканалах.* |
| Сроки реализации проекта | *01.02.2020 – 14.06.2020* |
| Количество кредитов | *6* |
| Тип занятости студента | 1. *Присутственная работа на теоретических и практических проектных занятиях* 2. *Выезд в экспедиции на территории проектной работы* |
| Интенсивность (часы в неделю) | *8* |
| Вид проектной деятельности | *Кабинетные исследования.*  *Проведение опросов, фокус-групп, интервью.*  *Разработка концепций, сценариев, дорожных карт, презентаций,*  *Участие в деловых мероприятиях, посвященных развитию территорий.* |
| Требования к студентам, участникам проекта | *Участникам курса будет необходимо посещать лекционные и практические занятия, а также участвовать в проектной работе и выездах.* |
| **Планируемые результаты проекта** | 1. *Участники курса разрабатывают в командах отдельные проекты, которые в процессе объединяются в мета-проект стратегии по продвижению бренда территории.* 2. *Стратегия защищается перед экспертами, представителями территории, преподавателями ВШЭ и инвесторами.* 3. *По результатам работы возможно принятие решения о дальнейшей реализации разработанной стратегии с участием студентов, прошедших обучение на курсе.* |
| **Формат представления результатов, который подлежит оцениванию (отчет студента по проекту)** | 1. *Дневник проектной деятельности* 2. *Итоговый проект, который войдет в общую стратегию* |
| **Критерии оценивания результатов проекта** | *Ор = Опр\*0,3 + Охр\*0,4 + Огр\*0,4*  *О пр (Оценка результата/продукта проекта*  *О хр (Оценка хода реализации проекта)*  *О гр Оценка индивидуального вклада участника в групповую работу)* |
| Количество вакантных мест на проекте | *20* |
| Критерии отбора студентов в проект (применяются в случае большого количества заявок на проект) | *Для всех желающих принять участие в курсе необходимо предоставить*   1. *мотивационное письмо в свободное форме почему вы хотите поступить на программу (объем текста до 1000 знаков).* 2. *ссылку на самый интересный по вашему мнению материал или проект, подготовленный вами в течение прошлых 2-х лет.*   *Отбор будет осуществляться на основе анализа предоставленных материалов.* |
| Образовательные программы | *Журналистика*  *Медиакоммуникации*  *Реклама и связи с общественностью*  *Менеджмент*  *Городское планирование*  *Городское и муниципальное управление* |
| Территория | *Хитровский пер., 2/8 стр.5* |