**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | Информационное нашествие. Создание и работа молодежного медиацентра фестиваля «Нашествие» |
| Подразделение инициатор проекта | Факультет коммуникаций, медиа и дизайна |
| Руководитель проекта | Горбачев Сергей Вячеславович, вице-президент Мультимедиа Холдинга |
| Востребованность проекта | Проект позволяет получить практические навыки построения эффективных медиакоммуникаций по пяти основным направлениям: Content, Event, Art PR, GR в рамках работы молодежного медиацентра фестиваля «Нашествие» |
| Описание содержания проектной работы | В рамках проекта будет создан молодежный учебный медиацентр фестиваля «Нашествие». Моложежный медиацентр будет выполнять функции продвижения фестиваля среди гостей фестиваля и артистов, органах власти, обеспечивающих проведение массовых культурных мероприятий. Осуществлять производство современного информационного продукта – мультимедийной ленты новостей для разных каналов распространения, разных сред и целевых аудиторий по основным направлениям. |
| Цель и задачи проекта | Закрепление у студентов навыков продюсирования и производства мультимедийного информационного продукта, развитие профессиональных компетенций, необходимых для работы в качестве корреспондента, редактора, продюсера. |
| Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки | Производство информационной ленты медиацентра фестиваля «Нашествия» для разных каналов распространения (медиа + соцсети) в разных форматах (текст, аудио, видео). Запуск собственного Телеграм-канала медиацентра.  Разработка стратегии продвижения «Нашествия» по основным направлениям: СМИ, гости, артисты, власть. Организация собственных мероприятий медиацентра: пресс-конференции, пресс-тур ИноСМИ, пресс-центр на поле «Нашествия».  Производство информационной ленты медиацентра состоит из разных форм подачи контента: лента новостей для сайта, новостные выпуски для радио, видеоблоги, студийная запись интервью и комментариев, производство материалов с использованием инфографики.  Студенты отбирают и ранжируют события фестиваля «Нашествие-2020», продюсируют производство сюжетов, находят и записывают комментарии участников события, артистов, пишут тексты, озвучивают, монтируют, составляют медиапланы фестиваля, участвуют в переговорах со СМИ.  Для производства контента могут быть задействованы как студии и оборудование Медиацентра ВШЭ, так и студии и оборудование «Мультимедиа Холдинга» |
| Сроки реализации проекта | 10.03. – 14.06.2020 гг (15 недель) |
| Количество кредитов | 5 кредитов |
| Тип занятости студента | Работа на месте; удаленная работа; выполнение индивидуальных заданий и работа в группе. |
| Интенсивность (часы в неделю) | Онлайн и офлайн в объеме 8 часов в неделю |
| Вид проектной деятельности | Общая по проекту |
| Требования к студентам, участникам проекта | Приветствуются следующие навыки и умения:   * навыки поиска и сбора информации * навык написания и редактирования текстов, в том числе для разных платформ * навыки видеомонтажа, производства компьютерной информационной графики (монтажер, редактор) * навыки репортажной фотосъемки * навыки работы в радиоэфире (ведущий) * навыки продюсирования мероприятий, сбора информации, написания деловых писем для аккредитации * желание освоить перечисленные навыки и готовность выполнять поочередно все роли в проектной команде - продюсер, редактор, корреспондент, модератор и пр. * креативность и ответственность |
| Планируемые результаты проекта | Создание портфолио для каждого участника  Медиацентра.  Отработка навыков организации мероприятий и производства информационного контента, редактирования и продюсирования. |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию (отчет студента по проекту) | Отчет-портфолио о проделанной работе. |
| Критерии оценивания результатов проекта | Орез =(Опр\*0,5) +(Огр\*0,5)  О рез (Оценка результирующая за проект)  О пр (Оценка результата/продукта проекта)  О гр (Оценка индивидуального вклада участника в групповую работу) |
| Количество вакантных мест на проекте | 30 |
| Критерии отбора студентов в проект (применяются в случае большого количества заявок на проект) | Прохождение вступительного предпроектного собеседования |
| Образовательные программы | Медиакоммуникации, Журналистика, Реклама и связи с общественностью, |
| Территория | Хитровский пер., 2/8 стр.5, а также площадки Мультимедиа Холдинга |

**«Информационное нашествие» Создание молодежного медиацентра фестиваля «Нашествие»**

*Концепция, структура и механика образовательного проекта Факультета коммуникаций, медиа и дизайна ВШЭ*

1. **Концепция проекта**

Проект «**Информационое нашествие**» основан на эффективном сочетании образовательных инструментов учебной базы **Факультета коммуникаций, медиа и дизайна ВШЭ** с одной стороны, и производственной базы СМИ входящих в состав «**Мультимедиа Холдинга**» (ММХ) с другой стороны.

Интеграция практических кейсов ММХ в учебный процесс ВШЭ позволит создать силами участников проекта (студентов Факультета коммуникаций, медиа и дизайна ВШЭ) эффективный прикладной проект – учебный **медиацентр** для производства мультимедийного контента по продвижению глобальных EVENT-мероприятий в медиапространстве.

Участники проекта изучат опыт и разработают новые инструменты продвижения крупнейшего в стране рок-фестиваля «Нашествие» в медиапространстве, среди гостей фестиваля и артистов, в органах власти, обеспечивающих проведение массовых культурных мероприятий.

* 1. **Цели проекта** (*что мы хотим?*)**:**
* **Научить** студентов выстраивать эффективные коммуникации с разной целевой аудиторией, в разных информационных средах, посредством разных каналов распространения в разнообразных форматах.
* **Закрепить** у студентов навыки продюсирования и производства мультимедийного информационного продукта, **развить** профессиональные компетенции, необходимые для работы в качестве корреспондента, редактора, продюсера.
  1. **Задачи проекта** (*как мы этого достигнем?*):
* Создание **молодежного медиацентра** фестиваля «Нашествие-2020»
* Производство современного информационного продукта – **мультимедийной ленты новостей** для разных каналов распространения, разных сред и целевых аудиторий по основным направлениям.
  1. **Способы реализации**
* Учебный процесс:

**Формирование** навыков построения эффективных медиакоммуникаций под руководством топ-менеджмента ММХ по пяти основным направлениям:

**Content**: основа коммуникаций;

**Event**: генератор коммуникаций;

**Art**: объекты коммуникаций;

**PR**: каналы коммуникаций;

**GR**: поддержка коммуникаций.

* Практические кейсы:

**Интеграция** участников учебного проекта – молодежного медиацентра – в рабочие процессы оргкомитета крупнейшего в стране фестиваля, редакции НСН, редакции «Нашего Радио», концертного агентства и других подразделений ММХ задействованных в организации фестиваля «Нашествие-2020».

* Производственная база:

Для реализации контента могут быть задействованы как студии и оборудование Медиацентра ВШЭ, так и студии и оборудование «Мультимедиа Холдинга».

1. **Структура проекта**

Учебный процесс по созданию молодежного медиацентра «**Информационное нашествие**» основан на эффективном сочетании высоких образовательных стандартов **Факультета коммуникаций, медиа и дизайна ВШЭ** и уникального производственного опыта ведущих специалистов **ММХ**. Производство современного информационного продукта – мультимедийной ленты новостей для разных каналов распространения, разных сред и целевых аудиторий будет вестись под руководством опытных наставников по пяти основным направлениям.

* 1. **Content**: основа коммуникаций
  2. **Event**: генератор коммуникаций;
  3. **Art**: объекты коммуникаций;
  4. **PR**: каналы коммуникаций;
  5. **GR**: поддержка коммуникаций.

1. **Механика проекта**

Все участники проекта получат возможность реализовать свои идеи и предложения, разработанные в ходе учебного процесса проекта, на практике, путем интеграции студентов в рабочие и проектные группы оргкомитета фестиваля по самым разным направлениям деятельности.

* 1. **Интеграция в Оргкомитет «Нашествие-2020»**
     1. Пресс-служба фестиваля
     2. Аккредитация СМИ
     3. Организационная пресс-конференция
     4. Оперативный штаб фестиваля
     5. Работа с артистами
     6. Экология и безопасность
  2. **Интеграция в редакцию «Национальной Службы Новостей»**
     1. Выездная редакция на бэкстейдже «Нашествия»
     2. Пресс-центр
     3. Дом журналиста
     4. Пресс-тур ИноСМИ
  3. **Интеграция в редакцию «Нашего Радио»**
     1. Выездная редакция на бэкстейдже «Нашествия»
  4. **Интеграция в редакцию телеканала «Наше ТВ»**
     1. Выездная редакция на бэкстейдже «Нашествия»
  5. **Спецпроекты**
     1. Разработка концепции, запуск и продвижение собственного Телеграм-канала молодежного медиацентра
     2. «День открытых дверей» на «Нашествии» для студентов

1. **Ожидаемый результат**

Участники Медиацентра – студенты Факультета коммуникаций, медиа и дизайна ВШЭ – **получат** уникальный опыт организации крупных EVENT-проектов всероссийского масштаба. **Изучат** каналы распространения информации и **выберут** самые эффективные для продвижения EVENT-проектов.

Основные достижения молодежного Медиацентра:

* Разработана новая **стратегия продвижения** «Нашествия» по основным направлениям: СМИ, гости, артисты, власть.
* Молодежный медиацентр фестиваля «Нашествие» запустил и внедрил производство новых информационных лент фестиваля «Нашествия» для разных каналов распространения (медиа + соцсети) в разных форматах (текст, аудио, видео).
* Мультимедийная информационная лента медиацентра состоит из: ленты новостей для сайта; новостных выпусков для радио; видеоблогов; студийной записи интервью и комментариев; инфографики.
* Собственный **Телеграм-канал** молодежного медиацентра стал популярным среди молодежной аудитории московских вузов.
* Успешно реализованы собственные **спецпроекты** молодежного медиацентра: пресс-конференции, пресс-тур ИноСМИ, пресс-центр на поле «Нашествия».
* Студенты получили опыт «полевой» работы:
* Активно участвовали в продюсировании сюжетов;
* записывали комментарии участников события, артистов;
* Писали тексты, монтировали аудио- и видео- ролики;
* Составляли медиапланы фестиваля;
* Участвовали в переговорах со СМИ и артистами фестиваля.