**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | Кампания по привлечению абитуриентов факультета мировой экономики и мировой политики (ФМЭиМП) |
| Подразделение инициатор проекта | ФМЭиМП |
| Руководитель проекта | Заместитель декана ФМЭиМП по работе с абитуриентами и выпускниками Энтина Екатерина Геннадьевна |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | ФМЭиМП (бюджетные ОП) |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | В условиях карантина и перемещения университета на удаленную работу обстоятельства требуют нового подхода к работе с абитуриентами. Отсутствие возможности проведения очных Дней открытых дверей и очного консультирования абитуриентов ставит новые задачи по созданию интереса к факультету и разъяснению всех нюансов приемной кампании и обучения в целом.  Неопределенность абитуриента требует создания каналов коммуникации онлайн для установления доверительных отношений. |
| Цель проекта | Вызвать интерес старшеклассников (9–11 классы) к программам ФМЭиМП и помочь им разобраться в процессе поступления. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | Увеличение количества поданных заявлений и качество поступивших абитуриентов (по баллам ЕГЭ) в сравнении с предыдущей приемной кампанией. |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | – маркетолог (умение осуществлять оценку успешности кампании);  – менеджер по рекламе (умение создавать план рекламной кампании)  – программист (навыки разработки бота для телеграмм-канала)  – SMM-менеджер (навыки ведения групп в социальных сетях, размещения видео/постов и др. материалов, коммуникации с абитуриентами)  – контент-менеджер (умение грамотно подготовить материалы для публикации, написать сценарий для интервью и видео, навыки монтажа видео и обработки звука)  – графический дизайнер (навыки создания единого оформление постов) |
| Количество вакантных мест на проекте | 10 |
| Проектное задание | – определить каналы распространения информации  – подготовить материал (текст/графика/видео/аудио) для распространения среди целевой аудитории  – определить инструменты распространения материала  – создание бота для телеграмм-канала  – определить ключевые слова для возможности нахождения этого материала в сети  – подготовить инструменты анализа эффективности кампании  – оценить эффективность |
| Критерии отбора студентов | – готовность находить решения для поставленных задач  – заинтересованность в успешном  – владение требуемыми навыками (на соответствующую должность)  – заинтересованность в проекте как площадке реализации своих способностей  – наличие ресурсов времени |
| Сроки и график реализации проекта | 08.06.2020 – 30.07.2020 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 20 часов |
| Количество кредитов | 6 |
| Форма итогового контроля | Полное выполнение поставленных задач |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | Отчет, включающий результаты проделанной работы в соответствии с поставленными задачами |
| Образовательные результаты проекта | – практика маркетингового планирования  – практика создания рекламного плана  – навыки поиска и эффективного привлечения заинтересованных лиц  – реклама бренда и продукта  – навыки SMM-менеджмента  – практика создания и использования каналов коммуникации, практика создания ботов для телеграмм  – практика промежуточного и финального анализа данных и формулирования выводов об эффективности кампании |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров | Успешное выполнение поставленных задач (80%) + результаты кампании (20%) |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | Нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | – реклама и связи с общественностью  – медиакоммуникации  – маркетинг и рыночная аналитика  – социология  – информатика и вычислительная техника  – журналистика  – дизайн  – инфокоммуникационные технологии и системы связи |
| Территория | Удаленная работа |