**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  |