**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | *Прикладной* |
| Название проекта | ***Креативный лекторий РЭМ*** |
| Подразделение инициатор проекта | *Магистерская программа «Менеджмент в индустрии впечатлений» Arts and Culture management («Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»),*  |
| Руководитель проекта | *Сизова ИА, Боровская ИЛ, Трабская ЮГ, Горгадзе АА* |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | *Российский этнографический музей (РЭМ)* |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | *Создание и внедрение концепции креативного лектория РЭМ*  |
| Цель проекта  | *Привлечение новых сегментов аудитории и продвижение РЭМ через разработку концепции креативного лектория, создание нового креативного центра в СПб.*  |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | *Разработка концепции креативного лектория РЭМ**- обзор лучших практик лекториев**- обзор рынка лекториев СПб* *- разработка идеи и конкурентных преимуществ лектория* *- разработка практических аспектов работы лектория* *- разработка и реализация плана продвижения лектория* *- разработка плана практической реализации или реализация работы лектория*  |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | *- готовность осваивать новые навыки, умения, получать новые знания;**- высокая мотивированность;**- навыки маркетингового анализа;* *- навыки креативного мышления, коллаборации, критического мышления.* |
| Количество вакантных мест на проекте | *12* |
| Проектное задание  | *Этап 1. Знакомство с установочной литературой.* *Этап 2. Анализ:**- анализ музея и его коллекции, выявление брендовых артефактов, тематик;**- анализ лучших практик концепций лекториев;**- анализ аудитории музея (текущая аудитория и потенциальные целевые аудитории);**- анализ ЦА;**- анализ конкурентной среды;**- анализ цифровых продуктов;**- анализ продвижения;**- вебометрические данные.**Этап 3. Разработка решений, план работ и KPI**- разработка идеи и стратегии создания лектория;**- разработка позиционирования лектория;**- разработка практических аспектов создания лектория;* *Этап 4. Внедрение концепции.* *Этап 5. Продвижение лектория. Ведение страниц в соцсетях (соцсети Магистерской программы и музея).**Этап 6. Публичное представление концепции лектория.* |
| Критерии отбора студентов  | *Отбор происходит на основе мотивационного письма (МП). В МП следует отразить следующие позиции:*1.Опишите свои навыки проектной, исследовательской, практической работы.2. В каких проектах участвовал ранее (научных, прикладных, бизнес)?3.Почему Вы решили принять участие в проекте?4. Чему хотели бы научиться в рамках данного проекта?5. Какой Вы видите свою роль в проекте? |
| Сроки и график реализации проекта  | *15 ноября – 20 марта 2021* |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | *6* |
| Количество кредитов | *4 – (18 \* 6 / 25)* |
| Форма итогового контроля | *Экзамен* |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | 1. *Письменный отчет о создании концепции.*
2. *Освещение хода выполнения проекта в соцсетях в группах МП и музея*
3. *Публичная презентация лектория.*
 |
| Образовательные результаты проекта  | *- навыки визуализации и презентации результатов проекта;**- навык работы в информационной среде;**- умение анализировать конкурентные среды музея, его аудитории* |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | *Оитог= 0,3Оотчет + 0,2Опрезентация + 0,2Осоцсети + 0,3Опромежутотчет*  |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *нет* |
| Рекомендуемые образовательные программы | *МП «Менеджмент в индустрии впечатлений» Arts and Culture management («Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»)* |
| Территория |  |