**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | *Сервисный* |
| Название проекта | Продвижение магистерской программы «Менеджмент в индустрии впечатлений» |
| Подразделение инициатор проекта | МП «Менеджмент в индустрии впечатлений»/Arts and Culture management («Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»), Департамент менеджмента НИУ ВШЭ Санкт-Петербург |
| Руководитель проекта | *Горгадзе А.А., Трабская Ю.Г.* |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | Магистерская программа «Менеджмент в индустрии впечатлений» |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Рынок образовательных услуг демонстрирует высокую конкуренцию образовательных программам. В условиях глобальной пандемии и динамических изменений в образовательном процессе (в ответ на увеличение распространения вируса COVID-19) потребители образовательных услуг более избирательно подходят к вопросу выбора дальнейшей траектории обучения, минимизируя возможные риски. В данных условиях образовательным программам необходимо организовывать активную работу для продвижения своего продукта. |
| Цель проекта  | Изучение и использование механизмов маркетинга и продвижения образовательных услуг, участие в организации стратегии продвижения, создания контент плана и ведение социальных сетей, участие в организации событий (дни открытых дверей, консультации, зимние школы и т.д.). |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | - участие в собраниях МП по вопросам продвижения;- создание контент плана продвижения программы;- ведение групп в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Instagram): оформление страниц, регулярные публикации, продвижение, коммуникация с подписчиками;- подготовка статей для публикации на сайте;- организация и проведение интервью со студентами и преподавателями программы;- создание видеороликов о программе;- участие в организации и проведении Зимней школы НИУ ВШЭ Санкт-Петербург 2021;- подготовка аналитического отчета по запланированным KPI продвижения программы. |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | - умение работать в команде;- готовность осваивать новые навыки, умения, получать новые знания;-навыки написания популярных текстов;- навыки проектной и практической деятельности- владение английским языком на уровне, достаточном для коммуникации с иностранными абитуриентами является преимуществом. |
| Количество вакантных мест на проекте | 10 |
| Проектное задание  | *Взаимодействие в проекте будет преимущественно организовано в цифровой среде (MS Teams или Zoom). Если позволит эпидемиологическая ситуация, будут также организованы очные встречи.**На первой встрече с академическим руководителем программы студенты обсудят основные направления работы по продвижению магистерской программы. По итогам встречи студенты должны будут подготовить и утвердить у академического руководителя документ «Стратегия продвижения магистерской программы», которая будет содержать основные этапы работы над продвижением.**Исходя из разработанного документа, студенты должны будут составить контент план на 2-3 месяца и обновлять (дополнять) его каждый месяц до окончания проекта.**Важным элементом продвижения программы является организация и проведение открытых событий программы, в том числе Зимней школы НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург. Студентам необходимо принять участие в подготовке программы секции магистерской программы, разработке баннеров для социальных сетей, разработке игровых активностей во время перерывов, координация приглашенных спикеров и т.д.**Студенты получат доступ к редактированию социальных сетей и сайта программы.*  |
| Критерии отбора студентов  | *Отбор происходит на основе мотивационного письма.* *В МП следует отразить следующие позиции:** *В каких проектах участвовал ранее (научных, прикладных, бизнес)?*
* *Опишите свои навыки продвижения (ведение социальных групп, реклама, SMM и т.д.).*
* *Почему Вы решили принять участие в проекте?*
* *Чему хотели бы научиться в рамках данного проекта?*
 |
| Сроки и график реализации проекта  | *15.11.2020 – 28.03.2021.**Этап 1: Подготовка стратегии продвижения и контент плана;**Этап 2: Организация и проведение интервью со студентами и преподавателями программы;**Этап 3: Подготовка статей для публикации на сайте;**Этап 4: Ведение групп в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Instagram): оформление страниц, регулярные публикации, продвижение, коммуникация с подписчиками;**Этап 5: Создание видеороликов о программе;**Этап 6: участие в организации и проведении Зимней школы НИУ ВШЭ Санкт-Петербург 2021;**Этап 7: подготовка аналитического отчета по запланированным KPI продвижения программы.* |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | *4* |
| Количество кредитов | *3* |
| Форма итогового контроля | *Экзамен* |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | *Отчет о проделанной работе с указанием достижения KPI и выполненных задач, с указанием личного вклада участника.* |
| Образовательные результаты проекта  | *- навыки копирайтинга;**- составление маркетинговых стратегий;**- базовое понимание работы рекламных кабинетов;**- аналитические навыки;**- опыт в организации мероприятий;**- навыки работы с профессиональными программами для обработки фото/видеоматериалов (Adobe Creative, Sony Vegas, Final Cut, Figma и другие).* |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | *Оценивается личный вклад, активность в реализации проекта, качество проделанной работы, достижение KPI* |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *нет* |
| Рекомендуемые образовательные программы | *МП «Менеджмент в индустрии впечатлений» (Arts and Culture management);**МП «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»;**МП «Медиапроизводство и медиааналитика».* |
| Территория | *Кантемировская ул. д.3, Санкт-Петербург**Онлайн мероприятия* |

АНАЛИЗ

* Обзор подходов/инструментов к продвижению в образовании
* Определение целевого рынка/ов выработка подходов к работе с рынком

СОЦ СЕТИ

* Соц сети поддержка актуальной информации
* Сайт поддержка актуальной информации

НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

* Instagram
* tik tok?

КРОСС ПРОДВИЖЕНИЕ

* партнеры/музеи/театры
* партнеры университеты- например совместное продвижение с Сакра Куоре

ВЫСТАВКИ

* Образовательные выставки и мероприятие - составление списка релевантных событий, подготовка презентации для выставок

АМБАССАДОРЫ

* Амбассадоры -Грузия, Эстония,??

ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ МАЙНОР

* Рекламные выступления
* Проведение мини лекций?