**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | ***Прикладной****/исследовательский/сервисный* |
| Название проекта | Разработка стратегии продвижения Усадьбы Соколова в медиапространстве |
| Подразделение инициатор проекта | Международный институт экономики и финансов |
| Руководитель проекта | Мяло Алина Сергеевна, менеджер НМО МИЭФ |
| Соруководитель проекта | Веселов Артем Максимович, руководитель направления АНО «Легенда русской усадьбы», студент МИЭФ |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | АНО «Легенда русской усадьбы» |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | В России продолжается значительный отток населения с сельских территорий ввиду отсутствия в небольших населенных пунктах организаций, которые могли бы стать точками притяжения, объединяющими местных жителей и приезжих, стремящихся к отдыху вне жестких рамок и ускоренного ритма мегаполисов. Параллельно с оттоком населения заброшенными остаются и исторические объекты, имеющие архитектурное и культурное значение, благодаря которым пустеющие сейчас территории когда-то получали своё развитие. Например, население Первомайского района Ярославской области постоянно снижается с начала 1970-х: с 22141 жителей в 1970 году до 10074 — в 2018).В рамках проекта предлагается составить план развития усадьбы П. А. Соколова (д. Менчаково, Ярославская обл.) в медиапространстве — разработать фирменный стиль и контент-план, создать страницы в социальных сетях — и начать работы по её продвижению. В результате планируется превратить заброшенную в настоящий момент Усадьбу П.А. Соколова в площадку для реализации реальных проектов школьников и студентов. Проектная группа состоит из привлекаемых на Ярмарке проектов студентов ВШЭ и внешних специалистов — представителя АНО «Легенда русской усадьбы» и представителя коммуникационного агентства Gora SMM (Ярославль). Проект реализуется при поддержке Фонда президентских грантов. |
| Цель проекта  | 1. Создание плана продвижения усадьбы П. А. Соколова в медиапространстве (включая создания контент-плана) — общего и по месяцам
2. Создание лендинга с общей информацией об Усадьбе, её истории и активными проектами
3. Создание страниц проекта в социальных сетях ВКонтакте, Facebook и Instagram
4. Создание бренд-бука Усадьбы
 |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | 1. План продвижения усадьбы П. А. Соколова в медиапространстве на 12 месяцев с момента запуска проекта
2. Функционирующие лендинг Усадьбы и страницы в социальных сетях ВКонтакте, Facebook и Instagram
3. Бренд-бук Усадьбы с основными элементами фирменного стиля (логотип и др.)
 |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | 1. SMM-менеджер: опыт ведения групп в социальных сетях опыт ведения групп в социальных сетях, умение грамотно и интересно писать, пользоваться приложениями для обработки фото и видео, желательно — базовые навыки работы в графических редакторах
2. Дизайнер: опыт работы в графических редакторах, навыки графического дизайна, наличие портфолио
3. Веб-дизайнер: опыт создания и верстки лендингов (Tilda или подобные), наличие портфолио
4. Фотограф
 |
| Количество вакантных мест на проекте | 1. SMM-менеджер — 2
2. Дизайнер — 2
3. Верстальщик — 1
4. Фотограф — 2
 |
| Проектное задание  | 1. SMM-менеджер: во взаимодействии с соруководителем проекта и внешними консультантами – создание контент-плана для социальных сетей ВКонтакте, Facebook и Instagram и их ведение
2. Дизайнер: во взаимодействии с соруководителем проекта и внешними консультантами — создание шаблонов для публикаций в социальных сетях
3. Верстальщик: во взаимодействии с соруководителем проекта и внешними консультантами — создание лендинга Усадьбы, наполнение его информацией, предоставляемой соруководителем проекта
4. Фотограф: во взаимодействии с соруководителем проекта и внешними консультантами — фотосопровождение проекта
 |
| Критерии отбора студентов  | Для всех — конкурс портфолио |
| Сроки и график реализации проекта  | 15 марта 2021 — 30 июня 2021 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 8 |
| Количество кредитов | 5 |
| Форма итогового контроля | Экзамен |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | Представление и защита командного проекта, предоставление всех исходных материалов |
| Образовательные результаты проекта  | Получение опыта:1. Взаимодействия с НКО с целью получения необходимой для создания медиапродукции информации
2. Сопровождения творческого коллектива, создающего историко-художественный медиапродукт
3. Участия в разработке творческого истрико-культурного проекта
4. Отбора и редактирования разных видов текста и фото
5. Отбора, компановки, планирования места и времени размещения готовых материалов в социальных сетях
6. Взаимодействия с аудиторией через интерактивные платформы для продвижения готового медиапродукта
 |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | **Res=0.7\*ResLead+0.2\*ResPeer+0.1\*ResSelf,** *где ResLead —  оценка студента руководителем проекта, ResPeer — средняя оценка студента другими участниками проекта и ResSelf — самооценка участника проекта*  |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | Да |
| Рекомендуемые образовательные программы | Бакалавриат:ДизайнДизайн (Нижний Новгород)Дизайн (Санкт-Петербург)МедиакоммуникацииРеклама и связи с общественностьюМагистратура:Дизайн Интегрированные коммуникации Коммуникации в государственных структурах и НКО Маркетинг Маркетинг (Нижний Новгород) |
| Территория | *Москва, Покровский бульвар, д. 11* |