**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | «Формирование команды корреспондентов редакции телеграм-медиа «Экономическая жвачка» |
| Подразделение инициатор проекта | Департамент медиа ФКМД |
| Руководитель проекта | Зеленцов Михаил Владимирович |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Данный проект является продолжением истории моделирования и выпуска делового медиа (<https://pf.hse.ru/426276669.html>). В течение четырех месяцев студенты разных образовательных программ ВШЭ создавали тематическое медиа. В итоге, телеграм-канал «Экономическая жвачка» вышел в «прод» (продакшн) 25 марта 2021 года (<https://cmd.hse.ru/media/news/454909740.html>). В настоящее время идет прирост подписчиков, редакция экспериментирует с форматами: выбирает не только тексты, но и визуальные новостные формы. Новая задача - привлечь большее количество студентов, заинтересованных в написании текстов и создании форматов для «Экономической жвачки», повышение качества и оперативности выпускаемых контентных единиц.  |
| Цель проекта | Сформировать пул контент-мейкеров (райтеров и корреспондентов), способных мониторить информационное пространство, находить и работать с источниками деловой информации, создавать и выпускать тексты, тематические новостные форматы для телеграм-канала «Экономическая жвачка» |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | * Увеличить количество выпускаемых контентных единиц до 4-5 каждый будний день.
* Улучшить качество выпускаемого контента.
* Вследствие выше запланированных результатов прийти к очередному приросту подписчиков - до 3 тыс. к концу 2021 года.
 |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | Участники проекта должны иметь общее представление о системе деловых медиа, разнообразии мультимедийных форматов; должны понимать правила построения журналистского текста и тенденции развития социальных медиа (в частности, Телеграмм и Инстаграм). Готовы работать в команде на результат.  |
| Количество вакантных мест на проекте | 20 |
| Проектное задание  | 1. Изучить экономическую повестку дня:
* сформировать собственный пул источников информации;
* научиться добывать необходимую информации с помощью открытых источников;
* мониторить и оценивать информационные поводы деловой направленности в российских и зарубежных СМИ;
* выбирать необходимый инфоповод для отработки текста или иного информационного формата.
1. Писать тематические тексты:
* самостоятельно или по поручению главного редактора (или его заместителя) начать подготовку к написанию текста;
* сформулировать драфт материала: проблему, контекст, героев текста;
* непосредственно приступить к изучению проблемы и сбору источников по теме материала;
* собрать фактологический материал и экспертные мнения;
* непосредственно написать журналистский материал.

3) Понимать мультимедийную составляющую работы современного журналиста:* самостоятельно или по поручению главного редактора (или его заместителя) подготовить иллюстрацию к собственному тексту;
* уметь верстать материал на платформах Яндекс.Дзен и Telegraph;
* уметь делать элементарную инфографику к материалам, а также простые визуальные посты в формате карточек или специальных рубрик (например, «Топ», «Слово дня»)
 |
| Критерии отбора студентов (применяются в случае большого количества заявок на проект) | * опыт написания медиатекстов и их редактирование;
* опыт производства фото- видеоконтента;
* опыт продвижения в социальных медиа;
* опыт практической работы в деловых СМИ или экономических редакциях.
 |
| Сроки и график реализации проекта  | 17 мая - 27 декабря 2021 года |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 8 часов в неделю |
| Количество кредитов | 10 |
| Форма итогового контроля | Экзамен |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | 1. количество производимого контента;
2. качество производимого контента.
 |
| Образовательные результаты проекта  | Участники проекта: * углубленно рассмотрят специфику работы с деловой информацией;
* сформируют понимание продвижения контента в ведущих социальных медиа;
* получат опыт работы в команде по производству новостного и мультимедийного контента профильного назначения;
* приобретут компетенции по анализу аудитории.
 |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | Достижение результата, экзамен |
| Рекомендуемые образовательные программы | ОП бакалавриата и магистратуры: Журналистика, Медиакоммуникации, Реклама и связи с общественностью, Маркетинг, Управление бизнесом, Маркетинг и рыночная аналитика, Менеджмент в СМИ, Интегрированные коммуникации, Визуальная культура, Трансмедийное производство в цифровых индустриях, Экономика |
| Территория | Удаленно (zoom + Telegram)  |