**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Исследовательский  |
| Название проекта | Партнёрство в цифровой среде: кто и как взаимодействует с музеями?  |
| Подразделение инициатор проекта | Лаборатория экономики культуры |
| Руководитель проекта | Поломарчук А.К., Корман А.М. |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | Лаборатории экономики культуры |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | В условиях цифровой трансформации музеев, усилившейся, в том числе в результате пандемии, начали меняться все направления музейной деятельности, включая взаимодействие с партнёрами. Однако создание качественных цифровых продуктов является для музеев вызовом, что обосновано дефицитом квалифицированных кадров и слабой технологической базой. В данном аспекте музеям необходимо сотрудничество со сторонними организациями, которые будут способствовать созданию полноценных цифровых продуктов. На сегодняшний день актуальным становится взаимодействие с такими институциями, как IT-оранизации, университеты и проч. Целью данного проекта является поиск фактически бенчмарков коллаборационных проектов музеев.  |
| Цель проекта  | Систематизация партнёров и форматов взаимодействия из с музеями (на постоянной основе, в качестве проекта и проч.), а также выявления перечня наиболее востребованных форматов цифровых продуктов |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | 1. Созданная база партнёров музеев
2. Проведена систематизация партнёров по видам экономической деятельности
3. Проведен анализ форматов поддержки музея в зависимости от вида экономической деятельности партнёра
4. Аналитическая записка, подготовленная в результате исследования
 |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | * Наличие навыков исследовательской работы;
* Уверенное владение английским языком
* Аналитическое мышление
* Внимательность, аккуратность, ответственность
 |
| Количество вакантных мест на проекте | 10 |
| Проектное задание  | В рамках выполнения проекта студенты будут работать со сформированной базой российских и зарубежных музеев.Реализация проекта предусматривает 2 этапа.I этап: Первичный анализ партнёров музеев с дальнейшим формированием базы по каждому музеюII этап: Проведение контекстного анализа постов в социальных сетях и новостной ленты музеев в целях поиска различных форматов поддержки музея партнёрами в цифровой среде III этап: Систематизация форматов поддержки музея в зависимости от вида экономической деятельности партнёраII этап: Подготовка аналитической записки по итогам исследования |
| Критерии отбора студентов  | Отбор происходит на основе заполненной мотивационной анкеты |
| Сроки и график реализации проекта  | 27.09 – 29.10.2021 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 10 часов  |
| Количество кредитов | 2 кредита |
| Форма итогового контроля | зачет |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | 1. Сформированная база парнёров музеев
2. Перечень выявленных форматов поддержки, подготовленный в результате проведения контекстного анализа
3. Аналитическая записка по результатам исследования
 |
| Образовательные результаты проекта  | * Навык аналитической работы с различными видам данных
* Навык работы с большим объёмом данных
* Навыки визуализации результатов проекта
 |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | Oрез = Oбп\*0,35+ Oк\*0,35+ Oа\*0,3гдеOрез — оценка за выполнение проекта (зачет);Oбп — оценка за формирование базы парнёров (оценивается качество сбора данных и оформления/систематизации данных)Oк — оценка подготовку перечня форматов поддержки по итогу проведения контекстного анализа (оценивается качество сбора данных и оформления/систематизации данных)Oа — оценка за качество подготовки аналитической записки |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | Нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | Культурология Маркетинг и рыночная аналитика ЭкономикаМеждународный бизнес и менеджмент (Санкт-Петербург) Социология и социальная информатика (Санкт-Петербург) Экономика (Санкт-Петербург) Менеджмент (Пермь) Экономика (Пермь) Визуальная культураЭкономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент (Пермь)  |
| Территория | Удаленно |