**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 музею  II 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 партнёра  II 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\*0,3  где  Oрез — 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  Экономика  Международный бизнес и менеджмент (Санкт-Петербург)  Социология и социальная информатика (Санкт-Петербург)  Экономика (Санкт-Петербург)  Менеджмент (Пермь)  Экономика (Пермь)  Визуальная культура  Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент (Пермь) |
| Территория | Удаленно |