**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Исследовательский (экспедиция) |
| Название проекта | **Экспедиция в Калининградскую область: “Формирование и развитие зонтичного бренда территорий на основе средневековой культуры”** |
| Подразделение инициатор проекта | МП «Менеджмент в индустрии впечатлений» (Arts and Culture Management), департамент менеджмента НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург |
| Руководитель проекта | А.А. Горгадзе, Е.М. Зеленская |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | Востребованность проекта заключается в необходимости развития студенческих навыков по проведению полного цикла количественных и качественных исследований (подготовка программы исследования, гайдов и анкет, проведение интервью и опросов, сбор данных, обработка данных). “Работа в поле” позволяет исследователю погрузиться в исследуемый контекст, использовать метод наблюдения, изучать те аспекты исследуемого явления, которые не доступны для дистанционного или кабинетного исследования. Калининградская область обладает неограниченным туристическим потенциалом, однако проблема развития бренда территории по-прежнему остается для данного региона актуальной.  |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Суть экспедиции заключается в проведении полевого исследования в разных локациях Калининградской области, среди которых (предположительно):* культурные, туристические и природные объекты на территории Национального парка Куршская коса (пос. Лесной);
* культурные, туристические и природные объекты Балтийского района (г. Балтийск), Янтарного городского округа (поселок Янтарный) и Зеленоградского района (пос. Романово);
* культурные, туристические и природные объекты г. Калининград.

Ориентировочные даты экспедиции: 21-28 ноября 2021.Основу дизайна экспедиции составляет комплексное исследование феномена зонтичного бренда через призму трех элементов: деятельность музейных комплексов, событийная деятельность и сохранившиеся аутентичные памятники средневековой культуры.Предполагается, что кейс Калининградской области наиболее ярко демонстрирует сложность зонтичного брендирования в связи с историческими особенностями. Тем не менее, важную роль в бренде данного региона играет средневековая культура, которую активно используют в брендировании ряд европейских городов (Ганзейского союза). Так, например, в Калининградской области проводятся фестивали исторической реконструкции и организованы целые “городища” (напр., “Деревня викингов “КАУП”). Экспедиция включает в себя образовательные составляющие (лекции и мастер-классы по теме брендинга территорий) и научно-исследовательские составляющие (проведение интервью с представителями администраций районов, экскурсоводами, представителями организаций культуры, представителями туристических организаций, местными жителями и туристами; изучение статистических данных о социокультурной деятельности районов, работа с документами организаций).  |
| Цель проекта  | Целью студенческой экспедиции является исследование путей формирования зонтичного бренда территории на основе культурно-исторического наследия, а также выявление стратегий формирования лояльности посетителей к культурным учреждениям. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | Ключевым результатом экспедиции являются собранные и обработанные эмпирические данные, которые могут быть использованы для подготовки курсовых, выпускных квалификационных работ, научных статей студентов и преподавателей, участвующих в экспедиции. К другим результатам экспедиции относятся:- полевые дневники участников экспедиции;- презентации по различным аспектам исследования;- кейсы музейных комплексов, организаторов фестивалей и этнических деревень по работе с посетителями, которые могут использоваться в качестве учебных кейсов для различных дисциплин МП “Менеджмент в индустрии впечатлений”. |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | Базовые требования к участникам: - коммуникабельность, вежливость;- ответственность;- умение работать в команде;- стремление осваивать новые навыки и умения.Приветствуется наличие следующих навыков:- навыки подготовки гайдов опросов и анкет, опыт интервьюирования;- навыки первичной обработки данных;- навыки создания текстового и видео контента;- навыками работы с цифровыми следами: парсинг данных, обработка, анализ, визуализация. |
| Количество вакантных мест на проекте | 10 |
| Проектное задание  | **Этап 1. Подготовка экспедиции*** изучение особенностей исследуемой территории, выполнение заданий по заданной тематике;
* изучение теоретической литературы о брендинге территории;
* помощь в составлении пула исследуемых организаций, достижению договоренностей с организациями о проведении исследования на их территории;
* подготовка гайдов опросов и анкет.

**Этап 2. Полевое исследование*** cбор первичных данных в объёме, соответствующем требованиям руководителей экспедиции;
* подготовка полевых дневников;
* ведение цифрового дневника экспедиции (для социальных сетей и сайта НИУ ВШЭ);
* первичная обработка данных.

**Этап 3. Обработка материалов экспедиции*** обработка данных с целью создания единой эмпирической базы («вбивка» анкет, транскрибирование интервью, описание мини-кейсов и др.);
* подготовка видеоролика и презентации о результатах экспедиции.
 |
| Критерии отбора студентов  | Отбор происходит на основе мотивационного письма **(объем не более 400 слов).** Следует отразить следующие аспекты:* Почему Вы решили принять участие в экспедиции?
* Какие навыки у Вас есть, которые будут полезны в экспедиции?
* Опыт участия в полевых исследованиях (при наличии)

Дополнительно возможно проведение онлайн-интервью при большом количестве заявок. |
| Сроки и график реализации проекта  | 01 ноября 2021 – 12 декабря 2021Ориентировочные даты экспедиции: 21-28 ноября 2021 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 16 |
| Количество кредитов | 4 |
| Форма итогового контроля | Экзамен |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | 1. Презентация по заданию в рамках подготовки к экспедиции
2. База данных (интервью, анкеты)
3. Отчет о результатах экспедиции
 |
| Образовательные результаты проекта  | * навыки проведения полного цикла количественных и качественных исследований (подготовка программы исследования, гайдов и анкет, проведение интервью и опросов, сбор данных, обработка данных);
* навыки работы с цифровыми следами: парсинг данных, обработка, анализ, визуализация;
* навыки командной работы: работа в мини-группах, проектный менеджмент.
 |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | **Оитог = 0,2\*Опрезентация + 0,2\*Овзаимооценка + 0,4\*Обаза + 0,2\*Оотчет** **Опрезентация** – презентация результатов выполнения задания по изучению Калининградской области и / или изучению теоретической основы брендинга территорий.**Овзаимооценка** – по окончании проекта участники оценивают вклад других студентов через опрос, созданный руководителями экспедиции. Оценки участников проекта могут не учитываться по решению руководителей практики (например, в случае если оценка сильно отличается от средней или в иных случаях). **Обаза** – электронная база данных, собранных в результате экспедиции. При оценивании может учитываться своевременная сдача материалов (дневников наблюдений, электронных таблиц, аудио-материалов и т.д.).**Оотчет** – формирование и представление отчета о результатах экспедиции. |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | все |
| Территория | Online-встречи в MS Teams;Экспедиция в Калининградскую область. |