**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| **Название проекта**  | Making masters |
| **Тип проекта**  | Прикладной |
| **Язык проведения** | русский  |
| **Подразделение инициатора проекта**  | ЦМИ НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге |
| **Руководитель проекта**  | Омельченко Е.Л., Гладченко Е.А. |
| **Подробное описание содержания проектной работы**  | Проект направлен на освоение студентами основ digital маркетинга через работу над продвижением образовательной программы. В рамках проектной работы студенты разработают digital*-*стратегию продвижения образовательной программы «Современный социальный анализ» в сети интернет, составят контент-план, создадут оригинальные материалы для сайта НИУ ВШЭ, сайта и социальных сетей образовательной программы. В проект входят такие задачи как: разработка digital-стратегии продвижения МП, создание контента: фото/видео, подборки, написание статей об учебе на магистерской программе, репортажей из полей или студенческих активностей. |
| **Цель и задачи проекта**  | Цель проекта: – Развитие студентами навыков работы с социальными сетями, порталами и их аудиторией;– Повышение мотивации студентов к обучению на магистерской программе;– Продвижение магистерской программы «Современный социальный анализ».Задачи проекта:– разработка digital-стратегии (анализ текущей стратегии, анализ продукта, анализ целевой аудитории и конкурентов) – разработка плана работы с контентом (для соц.сети и сайта)– создание уникального контента каждой командой (сбор фото, видео материалов, интервью с магистрантами и преподавателями программы, создание на основе материалов подборок, статей, лонгридов, заметок и др.)– представление результатов проекта на итоговом семинаре. |
| **Проектное задание (виды деятельности, выполняемые студентом в проекте)** | Первая часть проекта подразумевает совместную работу студентов над стратегией и контент планом. Затем студенты разделяются на группы по 2-3 человека и приступают к созданию материалов по предложенной командами идее. Этапы работы над проектом:1) Вводное занятие: постановка задач командами, распределение работы по созданию стратегии и контент плана;2) Представление промежуточных результатов по созданию стратегии и контент плана, обсуждение тем создаваемых студентами материалов;3) Обсуждение собранного материала, доработки, публикации;4) Представление результатов. |
| **Сроки и график реализации проекта**  | 01.11.2021 – 27.03.2022Ноябрь – работа над созданием digital-стратегииДекабрь – работа над созданием контент планаЯнварь, февраль, март – создание и публикация материалов |
| **Количество зачетных единиц**  | 1 |
| **Возможность дистанционного участия** | Возможно дистанционное участие  |
| **Образовательные результаты проекта**  | Развитие навыков письма, сбора интервью, ведения социальной сети |
| **Требования к студентам, участникам проекта** | Студенты 1-2 курса магистерской программы «Современный социальный анализ» |
| **Планируемые результаты проекта**  | 1. Разработанная digital*-*стратегия продвижения образовательной программы
2. Не мене 2 больших материалов для порталов НИУ ВШЭ (<https://spb.hse.ru/>, <https://spb.hse.ru/ma/msa/>)
 |
| **Формат представления результатов, который подлежит оцениванию**  | Коллективная презентация результатов проекта в онлайн формате. |
| **Критерии оценивания результатов проекта**  | О = Опр\*0,3+Огр\*0,4+Опрез\*0,3гдеО пр - Оценка результата/продукта проектаО гр - Оценка индивидуального вклада участника в групповую работу О з - Оценка презентации/защиты проекта |
| **Количество вакантных мест на проекте**  | 6 |
| **Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки** | Да |
| **Критерии отбора студентов**  | Студенты 1-2 курса МП «Современный социальный анализ» НИУ ВШЭ СПб |
| **Территория** | Санкт-Петербург |
|  |  |