**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | *Прикладной* |
| Название проекта | *Разработка маркетинговой стратегии развития и продвижения сенсорного интерактивного музея «Прогулка в темноте» (Москва)* |
| Подразделение инициатор проекта | *ИСЭП (институт социально-экономического проектирования)* |
| Руководитель проекта | *Сидлина Лия Зиновьевна, ведущий эксперт* |
| Заказчик проекта / востребованность проекта | *Сенсорный интерактивный музей «Прогулка в темноте» (ООО «Версаль»)* |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | *В музее «Прогулка в темноте» посетители погружаются в эталонную темноту, где визуальное восприятие отключается, и начинают в полную силу работать остальные органы чувств: слух, обоняние, осязание. Во время прогулки экскурсовод рассказывает про мифы о незрячих людях и отвечает на популярные вопросы. Как перейти дорогу, ориентируясь лишь на шум машин и звук светофора? Какие сны видит слепой человек? Как незрячие пользуются телефонами и есть ли у них WhatsApp?**Основная цель музея – дать посетителям новый опыт и познакомить их с миром незрячих. Показать не ограничения, а возможности незрячих людей.**Пандемия сильно ударила по музею: 5 месяцев (с апреля по август 2020 года) музей был закрыт во время локдауна, не имея возможности принимать многочисленные группы посетителей (школьные экскурсии, корпоративные группы) – т.е был лишен основного источника дохода.* *Для того, чтобы выйти из затяжного застоя, «Прогулке» нужны новые каналы продаж, свежие идеи, как рассказать о себе большему количеству людей с минимальными финансовыми затратами и увеличение потока посетителей.* |
| Цель проекта  | *Разработать интегрированную маркетинговую стратегию для продвижения «Прогулка в темноте», которая приведет к повышению узнаваемости музея и росту продаж билетов/услуг, привлечению новых партнеров.* |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | *Разработанная интегрированная маркетинговая стратегия продвижения музея «Прогулка в темноте» в виде понятного перечня механизмов, каналов, инструментов или четко аргументированных рекомендации/предложения/теории, с которыми руководство музея продолжит работу (тестирование гипотез и т.д.)* |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | *Командная работа* |
| Количество вакантных мест на проекте | *3* |
| Проектное задание  | *Разработать интегрированную маркетинговую стратегию для продвижения проекта «Прогулка в темноте».* *Задачи:** *Провести анализ ЦА (целевой аудитории) проекта, выделить ключевые группы посетителей;*
* *предложить малозатратные варианты рекламы и продвижения, пригодные для тестирования в рамках работы проекта и дальнейшей реализации;*
* *найти новые каналы привлечения клиентов;*
* *продумать и предложить схемы взаимодействия с потенциальными посетителями.*

*В совокупности все эти задачи должны решить главную цель — повысить узнаваемость бренда «Прогулка в темноте» и увеличить количество посетителей/продаж продуктов музея.* |
| Критерии отбора студентов  | *Навыки по указанной в проектной команде специализации (маркетинг, коммуникации, умение работать в команде)* |
| Сроки и график реализации проекта  | *23 октября 2021 – 1 марта 2022* |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | *5* |
| Количество кредитов на 1 студента | *4* |
| Суммарное количество кредитов за проект | *12* |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | *Интегрированная стратегия в формате презентации+ тестовые комментарии с пояснением.* |
| Образовательные результаты проекта  | *Наработка навыков коммуникации, проектной деятельности, маркетинга и продвижения* |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | * *Соблюдение сроков проекта*
* *Слаженная командная работа*
* *Соблюдение параметров работ. Задаваемых заказчиком*
* *Обратная связь с заказчиком*
* *Внимание к деталям*
* *Умение анализировать информацию*
 |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *нет* |
| Рекомендуемые образовательные программы | *Маркетинг и рыночная аналитика, Медиа коммуникации, Реклама и связи с общественностью, Интегрированные коммуникации, Маркетинг, Коммуникации в государственных структурах и НКО, Маркетинг - менеджмент* |
| Территория | *Москва* |