**Проектная заявка**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | Просветительский проект «Квартирник. Русский рок: время и место» |
| Подразделение, инициатор проекта | Российский национальный музей музыки |
| Руководитель проекта | Денисюк Екатерина Николаевна |
| Заказчик проекта/востребованность проекта  | Российский национальный музей музыки |
| Основная проектная идея/описание решаемой проблемы | Реализация и продвижение нового проекта В рамках празднования 110-летия со дня основания Российский национальный музей музыки запускает новый просветительский проект «Квартирник» для молодежной аудитории.Для проекта «Квартирник» требуется создать пять структурных подразделений: 1) промо-отдел, 2) отдел менеджмента артистов, 3) отдел таргетированной рекламы релизов,4) CRM-отдел и5) event-отдел. Подготовительный этап проекта планируется начать в период 4-6 мая // 11-15 мая. За 3 дня мы посмотрим все площадки, и в последний день обсудим концепцию. 21 мая будет «Ночь музеев» - первый важный этап проекта «Квартирник». К началу «Ночи музеев» практиканты создадут промо-ролики для соцсетей и сделают дизайн афиши.Далее работа сегментируется по концепции мероприятия и будет проходить в смешанном полувиртуальном формате: 1 рабочая встреча в понедельник в зуме, далее самостоятельная работа студентов, и затем – рабочая встреча онлайн или оффлайн в пятницу.Идеально привлечь от 6 до 10 студентов: *обязательно минимум 2 оператора, 2 фотографа.***Типовые задачи** каждого отдела: – **создание контента** (текстовые описания событий проекта и новостные дайджесты для соцсетей и сайта проекта, съёмки фото и видео, обработка/монтаж промо-материалов для артистов-резидентов и новых артистов лейбла, создание и ведение страницы артиста – приглашённого гостя на суб-домене сайта Музея);– **интеграция** материалов отделов промо и таргетированной рекламы в операционную деятельность отдела менеджмента артистов по реализации медиаплана и релизного плана на ежемесячной основе;– **выполнение медиаплана** (подготовка промо-материалов событий, включая фотосессию с ведущим и приглашёнными артистами, макеты афиш мероприятий, минутное промо-видео события, приглашающее видео от артиста, сниппет, вертикальное видео для ВКонтакте и RuTube);– **участие в подготовке концертных мероприятий и лекционных встреч в рамках проекта** (написание пресс-релизов; проведение тематических фотосессий и видеосъёмок сотрудников музея, приглашёнными артистами и ведущим мероприятий, предметной съёмки, посвящённых промо-кампании мероприятия; разработка текстов описания событий мероприятия; организация репетиций артистов и обеспечение реализации концепции по сценарию в день проведения мероприятия);- **разработка форм опросников** на страницах сайта музея с целью получения обратной связи от пользователей сайта и сбора исследовательской информации по текущим исследовательским проектам музея. |
| Цель проекта | **Цель проекта** – изменить представление молодежной аудитории о такой институции, как музей, и стать местом их творческой самореализации |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные  | Планируемые результаты проекта:1. формирование новой аудитории посетителей 2. привлечение внимания молодежной аудитории к деятельности музея |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | **Для проектов музыкального лейбла мы расширяем команду:** 1. ***Оператор (желательно 2 оператора)***Задачи- съёмка мероприятия 1 раз в месяц; - съёмка промо-роликов для ВКонтакте и RuTube;- монтаж видео для ВКонтакте и RuTube;- создание анимационных перебивок в видео для клипов ВКонтакте;- создание интро для видео (совместно с дизайнером, фотографом). *Требование*- опыт в операторской деятельности (умение работать со сценарием); - умение ставить кадр; - креативность; - пунктуальность. На съёмках интервью желательно наличие 2-3 камер, чтобы снимать разные планы. ***2.******Фотографы (желательно 2 фотографа)***- репортажная съёмка мероприятия - 1 раз в месяц;- фотосессия участников мероприятия - 1 раз в месяц;*Требование*- опыт в фотосъёмки и обработки фотографий; - умение видеть кадр; - креативность; - пунктуальность. ***3. Копирайтер / редактор сайта*** - написание пресс-релизов, пост-релизов;- создание текстовых информационных описаний к промо-видео на Ютуб-канале;- написание постов о мероприятии в соцсетях в соответствии с контент-планом и медиа-планом.*Требование*- опыт написания пресс-релизов и информационно-развлекательных постов; - креативность; - пунктуальность. ***4. Таргетолог***- разработка рекламной кампании проекта;- отслеживание динамики целевых показателей таргетируемых публикаций в соцсетях (лайки, комментарии, просмотры, репосты, заявки на сайт).4. **Рекламный специалист**- поиск площадок для размещения (тематические паблики)- отслеживание результативности размещения*Требование*- опыт ведения соцсетей с примерами использования таргетированной рекламы;- умение собрать и проанализировать информацию; - креативность;- пунктуальность.***5. Дизайнер***- разработка фирменного стиля проекта;- разработка макетов печатной продукции (афиши, флаэры, лифлеты).*Требование*- опыт работы в программах группы adobe;- навыки подготовки графических материалов в печать;- креативность;- навыки работы по ТЗ и без;- умение работать в сжатые сроки. |
| Количество вакантных мест на проекте | 6 |
| Проектное задание  | **Дизайнерская работа:** 1. Создание фирменного стиля проекта;
2. Создание креатива-обложки для видео (совместно с оператором, фотографом);
3. Создание шаблонов креативов для соцсетей проекта;
4. Макетирование полиграфической продукции (афиши, флаэры, лифлеты).

**Операторская работа:** 1. Подготовка сценариев видео на каждой площадке (локации проекта будут меняться);
2. Съёмка видео (непосредственное участие в процессе съёмки);
3. Монтаж видео в разных форматах (для Ютуб-канала и в соцсетях);
4. Публикация видео.

**Работа фотографа:** 1. Создание фирменного стиля для проекта;
2. Создание креатив-обложки для видео;
3. Создание шаблонов креативов для соцсетей проекта;
4. Отрисовка иллюстраций.

**Работа копирайтера:**1. Создание текста пресс-релиза, пост-релиза мероприятия;
2. Создание развлекательного поста (написание текста, подбор изображения / визуального ряда) для соцсетей.

**Работа таргетолога:**1. Создание облака ключевых слов для продвижения поста в соцсетях;2. Создание облака ключевых слов для продвижения поста о мероприятии;3. Настройка таргетинговой кампании релиза в соцсетях.Работа рекламного специалиста:-подготовка рекламного материала (текст и визуальный макет)- поиск рекламных площадок для размещения (ВКонтакте и Телеграм)- обсуждение стоимости и условий размещения |
| Критерии отбора студентов  | **Общие требования ко всем позициям:**- опыт работы в похожих по функционалу проектах;- желание развиваться в направлении цифрового издания музыкального контента;- креативность; - пунктуальность;- ответственность;- умение работать в команде.**Требование к дизайнеру:**- опыт работы в программах группы adobe; - творческий подход к решению задач и креативность;- навыки верстки текста;- навыки обтравки фотографий;- самодисциплина и гибкость. |
| Требуется мотивационное письмо студента | да |
| Требуется ссылка на портфолио студента | да |
| Сроки и график реализации проекта  | Планирование концепции проекта – с 04 мая по 21 маяРеализация проекта – с 01октября Подготовительный этап каждого мероприятия за 2 календарных месяца |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 4 часа в день, 2 раза в неделю |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | Отчёт, в котором описана проделанная работа, а также предоставлены ссылки на выполненный и опубликованный материал. **Требования к форматам фото-видеоконтента**- фото в формате .jpg (не менее 1200 пикселей по наименьшей стороне, глубина пикселизации не менее 300 dpi);- видео в форматах: mp4 в качестве 1080 p / 50 fps; - превью дизайнерские материалы в форматах .png / .jpg / .pdf ; после утверждения превью-макета, дизайнер предоставляет редактируемые версии согласованных материалов в форматах .ai / .eps / .pptx / .docx по требованию руководителя промо-отдела и в зависимости от требований подрядной типографской организации.  |
| Ожидаемые образовательные результаты проекта  | * *Умение работать в творческой команде;*
* *Умение прописывать сценарии для видео- и фотосъёмок;*
* *Съёмка видео;*
* *Съёмка тематических фотосессий;*
* *Монтаж видео;*
* *Работа в программах Adobe;*
 |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | - соответствие формата медиафайлов общим требованиям к предоставлению медиаконтента и требованиям индивидуального задания;- соблюдение сроков сдачи проекта;- соответствие результатов проекта эстетике и концепции позиционирования артиста / концепции запланированного мероприятия;- возможность без проблем работать с файлами проекта у других участников проекта;- лёгкость и своевременность коммуникации других участников проектной группы с кандидатом сообразно срокам реализации проекта. |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | Нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | Дизайн, Журналистика, Медиакоммуникации, Связи с общественностью, Социология.Студенты магистратуры и аспиранты допускаются. |
| Территория | Отделы Российского национального музея музыки |
| Особенности реализации проекта: территория, время, информационные ресурсы и т.п. | *Удаленная работа +**Участие в проведении съёмки (адрес будет меняться в зависимости от формата съёмки)* |