**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 и 5) 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 мая  Реализация 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)* |