**Для практической подготовки в форме проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип элемента практической подготовки | *Проект* |
| Если проект, тип проекта | *Прикладной* |
| Наименование проекта | *Коммуникационная стратегия развития и сопровождения Всемирного месяца осведомленности о диагнозе Spina bifida* |
| Подразделение инициатор проекта | *ИСЭП (институт социально-экономического проектирования)* |
| Руководитель проекта | *Сидлина Лия Зиновьевна* |
| Основное место работы руководителя проекта в НИУ ВШЭ | *Ведущий эксперт, Центр инновационных экосистем в социальной сфере ИСЭП* |
| Контакты руководителя (адрес эл. почты) | *lsidlina@hse.ru* |
| Соруководители проекта от НИУ ВШЭ *(если имеются)* | *нет* |
| Контакты соруководителей от НИУ ВШЭ (адрес эл. почты) | *нет* |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | *25 октября – международный день spina bifida и гидроцефалии. Spina bifida (латынь spina шип, позвоночный столб + bifidus разделенный надвое, расщепленный) — порок развития позвоночника, характеризующийся незаращением позвонков и неполным закрытием позвоночного канала. Этот тяжелый врожденный дефект позвоночника формируется у ребенка еще в утробе матери, встречается в соотношении 1 на 1500–2000 беременностей. Это дефект возникает на ранних сроках беременности (по данным разных авторов до 40 дней), который можно выявить на УЗИ при своевременном скрининге. Существует ряд факторов, приводящих к возникновению этого дефекта, но основным считается нехватка фолиевой кислоты в организме женщины. Сегодня современная медицина предлагает бесплатную уникальную внутриутробную операцию по коррекции спинномозговой грыжи, после которой дети рождаются практически здоровыми. К сожалению, низкий уровень осведомленности о проблеме приводит к несвоевременному выявлению дефекта и упущенному времени на его оперативное исправление.* [*https://helpspinabifida.ru/*](https://helpspinabifida.ru/) |
| Цель и задачи проекта | *Создать комплексную стратегию информационной кампании Всемирного месяца осведомленности о диагнозе Spina bifida* |
| Проектное задание | *Провести:*   * *Подробное исследование и описание целевой аудитории (ЦА) информационной кампании* * *Подготовить концепцию информационной кампании.* * *Определить оптимальные каналы коммуникации и способы коммуникации с ЦА, предложить готовые коммуникационные решения/программу коммуникации* * *Разработать фирменный стиль информационной кампании и элементы коммуникационных решений (для социальных сетей, СМИ, печатных материалов, блогеров).* |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | *1. Проведен анализ целевой аудитории*  *2. Разработана комплексная коммуникационная стратегия развития и сопровождения кампания*  *3. Создан фирменный стиль кампании* |
| Дата начала проекта | *29.10.2022* |
| Дата окончания проекта | *20.12.2022* |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | *5* |
| Предполагаемое количество участников (вакантных мест) в проектной команде | *4* |
| Названия вакансий (ролей), краткое описание задач по каждой вакансии, количество кредитов и критерии отбора для участников проекта *(если характер работ для всех участников совпадает, описывается одна вакансия)*  *Кредиты на 1 участника рассчитываются по формуле: продолжительность в неделях \* трудоемкость проекта в часах / 25* | *Вакансия 1-3: PR менеджер*  *Задача: разработка коммуникационной стратегии развития и сопровождения месяца осведомленности;*  *Количество кредитов:2*  *Критерии отбора на вакансию: навыки по указанной специализации (коммуникации, PR), мотивационное письмо, резюме* |
| *Вакансия №4: дизайнер*  *Задачи: Создание фирменного стиля кампании*  *Количество кредитов:2*  *Критерии отбора на вакансию:*  *навыки по указанной специализации (дизайн), мотивационное письмо, резюме* |
|  |
| Общее количество кредитов | *8* |
| Форма итогового контроля | *Он-лайн защита проекта перед заказчиком* |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | *1. Результаты исследования ЦА в виде презентации и текстового описания с визуальным оформлением.*  *2.Коммуникационная стратегия (описание каналов, решений, подходов) в виде презентации и текстового файла.*  *3. Стиль инфо кампании в виде презентации (все дизайнерские материалы в формате pdf или tiff. Цветовой режим CMYK, разрешение не меньше 300 dpi. Предварительно текст перевести в кривые).* |
| Формула оценки результатов, возможные критерии оценивания результатов с указанием всех требований и параметров | * *Соотвествие предоставленных результатов заявленной теме* * *Работа над проектом в связке с заказчиком, получение регулярной обратной связи (подтверждается заказчиком)* * *Гибкость предлагаемых решений в связи с быстро меняющейся средой* |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | *Нет* |
| Ожидаемые образовательные результаты проекта | *Наработка навыков коммуникации, PR, дизайна, проектной деятельности, работы в команде, тайм-менеджмента* |
| Особенности реализации проекта: территория, время, информационные ресурсы и т.п. | *География проекта – вся Россия.* |
| Рекомендуемые образовательные программы | *Медиа коммуникации, Реклама и связи с общественностью, Интегрированные коммуникации, Коммуникации в государственных структурах и НКО, Дизайн* |
| Требуется резюме студента | *Да* |
| Требуется мотивированное письмо студента | *Да* |