|  |  |
| --- | --- |
| Тип элемента практической подготовки | *Проект* |
| Если проект, тип проекта | *Прикладной*  |
| Наименование проекта | *Художественные мастерские "Окоём" (социальное предприятие с участием людей с ментальной инвалидностью)* |
| 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 | *Художественные и ремесленные мастерские «Окоём» - предприятие социальной направленности, которое обеспечивает организацию поддерживаемого обучения и сопровождаемого трудоустройства взрослых людей с ментальной инвалидностью и психофизическими нарушениями, продажу и продвижение продуктов творческой деятельности людей с ментальной инвалидностью. Область деятельности мастерских – изготовление арт-объектов, текстильной продукции, сувениров. География проекта - город Москва.* |
| Цель и задачи проекта  | *Создание маркетинговой стратегии развития и продвижения продукции Художественных мастерских "Окоём", механизмов по привлечению новых заказчиков и клиентов* |
| Проектное задание  | *1.Провести исследование потенциальных партнёров, заказчиков и покупателей продукции Художественных мастерских «Окоём» (индивидуальных и корпоративных): их интересов, предпочтений, готовности приобретать продукцию, выполненную людьми с ментальной инвалидностью, и др.* *2. Подготовить маркетинговую стратегию развития организации и стратегию продвижения продукции Художественных мастерских «Окоём».*  *3. Определить и описать каналы и методы и привлечения новых партнеров, заказчиков, покупателей, каналы распространения рекламы и сбыта продукции* *4. Подготовить образцы рекламы, рекламных текстов/каталогов, рассылок, коммерческих предложений для корпоративных клиентов.* |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | *1. Проведен анализ целевых аудиторий: потенциальных партнёров, заказчиков и покупателей продукции Художественных мастерских "Окоём"**2. Подготовлена маркетинговая стратегия развития мастерской, включающая описание каналов и методов привлечения новых партнеров, заказчиков, покупателей, каналов распространения рекламы, каналов сбыта продукции.* *3. Созданы примеры рекламы, рекламных текстов/каталогов, рассылок, коммерческих предложений для корпоративных клиентов.* |
| Дата начала проекта | *17.11.2022* |
| Дата окончания проекта | *23.02.2023* |
| 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 1-2: маркетолог**Задача: подготовка маркетинговой стратегии развития организации на основе анализа ЦА**Количество кредитов: 3**Критерии отбора на вакансию: навыки по указанной специализации (маркетинг, реклама и PR, медиакоммуникации) мотивационное письмо, резюме**Вакансия 3-4: PR менеджер* *Задача: подготовка PR сопровождения организации согласно разработанной стратегии продвижения* *Количество кредитов: 3**Критерии отбора на вакансию: навыки по указанной специализации (маркетинг, реклама и PR, медиакоммуникации) мотивационное письмо, резюме* |
|  |
|  |
| Общее количество кредитов | *12* |
| Форма итогового контроля | *Он-лайн защита проекта перед заказчиком*  |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | *1. Описание целевых аудиторий, их основных характеристик в виде презентации**2. Маркетинговая стратегия, включающая описание каналов и методов привлечения новых партнеров, заказчиков, покупателей; каналов распространения рекламы и каналов сбыта продукции в виде презентации и описательного документа.**3. Шаблоны-примеры рекламных материалов: текстов, каталогов, рассылок, коммерческих предложений для корпоративных клиентов в виде описательных файлов и презентаций.* |
| Формула оценки результатов, возможные критерии оценивания результатов с указанием всех требований и параметров | * *Соответствие 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 маркетинга, исследований, работы с каналами продвижения и информирования, коммуникации, PR, проектной деятельности, работы в команде, тайм-менеджмента* |
| Особенности реализации проекта: территория, время, информационные ресурсы и т.п.  | *География проекта – Москва*  |
| Рекомендуемые образовательные программы | *Маркетинг, Школа бизнеса, Медиа коммуникации, Реклама и связи с общественностью, Интегрированные коммуникации* |
| Требуется резюме студента | *Да* |
| Требуется мотивированное письмо студента | *Да* |