**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной проект |
| Название проекта | Создание коммуникационной стратегии для фонда “Врачи, Инновации, Наука - детям” |
| Подразделение инициатор проекта | Институт прикладных политических исследований |
| Руководитель проекта | Соколова Кира Владимировна |
| **Описание содержания проектной работы** | Основной целью проекта является создание коммуникационной стратегии фонда. Для её выполнения студенты будут участвовать в переговорах с заказчиком, создадут техническое задание, проведут информационный и коммуникационный аудиты, проведут теоретическое и эмпирическое исследования, разработают креативные идеи и презентуют свои идеи перед заказчиком.  |
| **Цель и задачи проекта** | Создание коммуникационной стратегии для фонда “Врачи, Инновации, Наука - детям”. Задачи:* участие в проведении переговоров
* создание технического задания
* проведение теоретического и эмпирического исследований
* разработка креативных идей
* презентация работы перед заказчиком
 |
| **Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки** | * совершенствования навыка проведения переговоров с заказчиком
* создание технического задания
* проведение информационного и коммуникационного аудита
* анализ международного опыта по созданию коммуникационных стратегий НКО
* проведение количественного/качественного исследования для определения инсайта целевой аудитории
* разработка креативных идей
* создание презентации
* проведение итоговой презентации работы перед заказчиком
 |
| Сроки реализации проекта | 15 апреля - 31 мая |
| Количество кредитов | 2 кредита |
| Тип занятости студента | Удалённая работа и очная встреча раз в неделю |
| Интенсивность (часы в неделю) | 6 академических часов в неделю |
| Вид проектной деятельности | Групповая работа  |
| Требования к студентам, участникам проекта | * понимание этапов разработки коммуникационной стратегии
* базовые знания о порядке проведения качественных и количественных исследований
* базовое понимание формата работы НКО
 |
| **Планируемые результаты проекта** | * результаты исследования целевой аудитории
* создание коммуникационной стратегии фонда
* рекомендации по коммуникационному сопровождению работы фонда
 |
| **Формат представления результатов, который подлежит оцениванию (отчет студента по проекту)** | Презентация коммуникационной стратегии заказчику  |
| **Критерии оценивания результатов проекта** | Публичная защита перед заказчиком |
| Количество вакантных мест на проекте | 5 мест |
| Критерии отбора студентов в проект (применяются в случае большого количества заявок на проект) | * 3 курс
* опыт работы с НКО или с медицинской сферой (в формате письменных академических работ или практической деятельности)
 |
| Образовательные программы | ОП “Реклама и связи с общественностью” |
| Территория | Москва |