

Проектное предложение / карточка проекта

Тип проекта	Учебно-практический
Название проекта	Разработка коммуникационной кампании для Центра восстановления здоровья "Сота"
Заказчик проекта (ФИО или название подразделения / организации)	Компания "Сота"
Куратор проекта: ФИО должность подразделение Email телефон	Голубкова Екатерина Александровна 89122658600 ekaterina.golubkova@gmail.com
Дополнительные участники проекта со стороны ИПС	нет
Цель и задачи проекта	Цель: Разработать коммуникационную стратегию продвижения компании заказчика. Задачи: Информирование потенциальных потребителей Создание узнаваемости компании и ее услуг Создание особого отношения к услугам компании Убеждение попробовать услугу
Содержание проекта	Проект включает в себя полный комплекс разработки стратегического рекламного продукта для типичного представителя малого бизнеса г. Екатеринбурга, работающего в сфере здравоохранения. Компания недавно запустила в работу новый филиал в центральном районе города, что делает потребность в продвижении особенно актуальной. Проект будут составлять: общение с реальным клиентом, постановка целей, анализ текущего состояния рынка, компании, конкурентной среды, анализ процесса принятия решений целевой аудиторией. Разработка ключевого сообщения кампании, креативной идеи, медиастратегии с выбором каналов коммуникации, описание используемых инструментов, обоснование КРІ. Презентация стратегии клиенту, адаптация задач, внесение корректировок. Возможно исполнение несложных функций, принятых заказчиком в стратегии: продвижение в Интернет, инструменты ПР, размещение рекламы.
Проектное задание (виды деятельности, выполняемые студентом в проекте), указать конкретные работы и тип занятости (удаленно, на месте)	1. Брифование заказчика (в компании "Сота") 2. Проведение коммуникационного аудита компании (удаленно) 3. Разработка коммуникационной стратегии продвижения (удаленно + рабочие группы на месте) 4. Защита стратегии (компания "Сота") 5. Выполнение несложных коммуникационных тактик (удаленно, либо на месте каналов коммуникации, если это потребуется)
Сроки реализации проекта	1.10.19-31.05.20

(ДД.ММ.ГГ-ДД.ММ.ГГ)	
Формат представления результатов, который подлежит оцениванию (письменные отчет, защита перед комиссией, защита преподавателю и т.п.)	Письменный отчет, защита перед комиссий
Требования к студентам, участникам проекта	Знание основ ИМК и разработки рекламной и ПР-кампаний Творческое мышление Желание попробовать свои силы в реальном проекте Владение ppt., навыки оформления презентации Коммуникативные навыки и навыки устной презентации
Планируемые результаты проекта	Оформленная в презентационный документ коммуникационная стратегия по продвижению компании заказчика Презентация стратегии заказчику
Критерии оценивания результатов проекта	Содержание, проработанность темы, глубина погружения Качество оформления презентации Оригинальность идей Логика построения коммуникации Аргументация и выводы Отзыв заказчика
Количество вакантных мест на проекте	5
Критерии отбора студентов (применяются в случае большого количества заявок на проект)	нет
Рекомендуемые образовательные программы	42.03.01 Анализ коммуникационной кампании или мероприятия