

Проектное предложение / карточка проекта

Тип проекта	научно-исследовательский
Название проекта	Продвижение народных художественных промыслов (далее – НХП) Свердловской области в социальных медиа
Заказчик проекта (ФИО или название подразделения / организации)	ГБУ СО «ЦРТ СО»
Куратор проекта: ФИО должность подразделение Email телефон	Иванова Ольга Леонидовна prcivanova@yandex.ru 89221497269
Дополнительные участники проекта со стороны ППС	нет
Цель и задачи проекта	<p>Цель: В ходе реализации проекта студентами направления «Реклама и СО» разработать и апробировать стратегию продвижения НХП Свердловской области в социальных медиа</p> <p>Задачи:</p> <p>Формирование профессиональных компетенций студентов направления «Реклама и связи с общественностью» в сферах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Маркетингового анализа <input type="checkbox"/> Интернет-маркетинга и SMM-продвижения товаров и услуг <input type="checkbox"/> Проектной деятельности <input type="checkbox"/> Создания эффективных PR и рекламных текстов
Содержание проекта	<p>Проектная работа предполагает:</p> <p>На основании результатов исследования по проекту «Продвижение изделий НХП как важной составляющей культурного и туристического брендов СО» (2019 год)</p> <p>1. Уточнение и дополнение результатов маркетингового исследования, в том числе:</p> <p>1.1. Проведение паспортизации субъектов НХП Свердловской области</p> <p>1.2. Ситуационный анализ (актуальное отношение потребителей к бренду, популярность и узнаваемость бренда и сравнение с результатами 2019 года).</p> <p>1.3. Анализ тенденций развития рынка; анализ конкурентов; контент анализ представленности НХП СО в средствах массовой информации, анализ информации об НХП в социальных медиа (сравнение с результатами 2019 года).</p> <p>1.4. Составление портрета потребителя – выявление особенностей целевой аудитории (социально-демографические и психологические характеристики, сравнение с результатами 2019 года).</p> <p>1.5. Уточнение и расширение списка площадок социальных медиа для продвижения НХП</p>

	<p>2. Работа с целевыми группами в социальных медиа: выявление эффективных инструментов продвижения НХП Свердловской обл:</p> <p>2.1. Создание PR и рекламных текстов для различных целевых групп и медиа-площадок.</p> <p>2.2. Размещение и продвижение текстов об НХП Свердловской области в социальных медиа с помощью платных и бесплатных инструментов.</p> <p>2.3. Определение критериев оценки результативности реализации стратегии продвижения НХП Свердловской области в социальных медиа.</p>
<p>Проектное задание (виды деятельности, выполняемые студентом в проекте), указать конкретные работы и тип занятости (удаленно, на месте)</p>	<p>Описание целевого рынка Анализ тенденций развития рынка Анализ конкурентов Контент- анализ представленности НХП СО в средствах массовой информации, анализ информации о НХП СО в социальных медиа Составление портрета потребителя Разработка предложений по выбору инструментов продвижения НХП СО</p>
<p>Сроки реализации проекта (ДД.ММ.ГГ-ДД.ММ.ГГ)</p>	<p>1.10.19-31.05.20</p>
<p>Формат представления результатов, который подлежит оцениванию (письменные отчет, защита перед комиссией, защита преподавателю и т.п.)</p>	<p>Письменный отчет Защита перед комиссией</p>
<p>Требования к студентам, участникам проекта</p>	<p>1. Личная мотивация студента в изучении истории правоохранительных органов Свердловской области; 2. Желание изучить особенности связей с общественностью и рекламы в правоохранительной сфере; 3. Знание теоретических основ рекламы, связей с общественностью и интернет-коммуникаций, наличие минимальных профессиональных навыков работы в этих сферах; 4. Наличие базовых знаний по дисциплине «Русский язык и культура речи»; высокий уровень культуры речи. 5. Желание получить практические навыки журналистской деятельности, а также навыки литературного редактирования; 5. Наличие коммуникативных и организаторских способностей.</p>
<p>Планируемые результаты проекта</p>	<p>1.Оформленный отчет об исследовании с определением специфики актуальной ситуации позиционирования НХП СО и обоснованными предложениями о выборе стратегии продвижения и доказательным описанием наиболее эффективных инструментов продвижения НХП. 2. Формирование у студентов-участников проекта необходимых профессиональных компетенций в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью.</p>

	<p>3. Наличие в социальных медиа действующих площадок (сообществ), ориентированных на продвижение НХП (СО) – не менее четырех групп численностью более 500 человек. Представленность в данных группах разножанровых публикаций, адаптированных к формату соцмедиа и проанализированных участниками проекта в плане эффективности соотношения: ЦА - потребность - инструмент вовлечения (не менее 30 публикаций для каждого участника).</p>
Критерии оценивания результатов проекта	<p>1. Успешная защита студентами-участниками промежуточных итоговых отчетов, демонстрирующих формирование необходимых компетенций</p> <p>2. Передача заказчику пакета материалов, включающего отчет об исследовании с определением специфики актуальной ситуации позиционирования НХП СО и материалами подтверждающими изменение отношения адресных аудиторий к брендам НХП Свердловской области.</p>
Количество вакантных мест на проекте	15
Критерии отбора студентов (применяются в случае большого количества заявок на проект)	нет
Рекомендуемые образовательные программы	42.03.01 Анализ коммуникационной кампании или мероприятия