

Let's Start

The Project

The Team

Communication

Finance

20 %

THE PROJECT

1 Basic Info

2 Tell us more

3 Target audience



Project

Describe your project

We wanna know more about your project. Here you will give us all the basic information

How many poeple ?

Less than 5000

Here you explain who is your audience.

Who are they ?



Men

20 %



Women



Both



Family



One



Group

“

**ПРОЕКТ – ЭТО ВРЕМЕННОЕ ЯВЛЕНИЕ,
ПРЕДНАЗНАЧЕННОЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ
УНИКАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ, УСЛУГ ИЛИ
РЕЗУЛЬТАТОВ**

”



**У ПРОЕКТА
ЕСТЬ ЦЕЛЬ**



**ПРОЕКТ
ОГРАНИЧЕН
ПО ВРЕМЕНИ**



**ПРОЕКТ
ОГРАНИЧЕН
В РЕСУРСАХ**



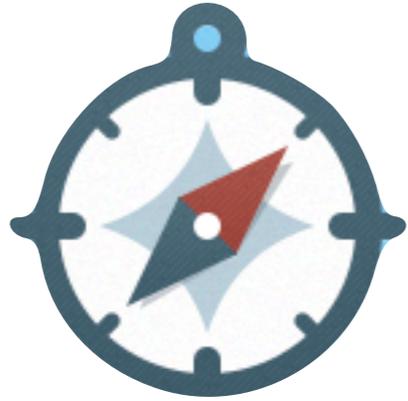
**ПРОЕКТ
АКТУАЛЕН**



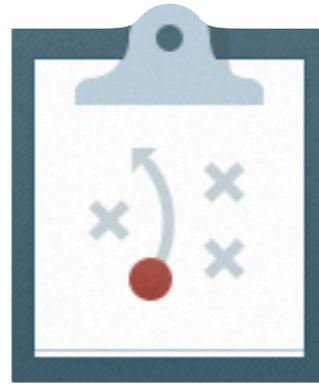
**ПРОЕКТ
УНИКАЛЕН**



**ПРОЕКТ
ИЗМЕРИМ**



ПЛАНИРОВАНИЕ



ОРГАНИЗАЦИЯ



УПРАВЛЕНИЕ



**ОПРЕДЕЛЕНИЕ
ЖЕЛАЕМЫХ
РЕЗУЛЬТАТОВ**



**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ
РОЛЕЙ И
ОБЯЗАННОСТЕЙ**



**РЕШЕНИЕ
ВОЗНИКАЮЩИХ
ПРОБЛЕМ**



**РАЗРАБОТКА
ГРАФИКА
ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ**



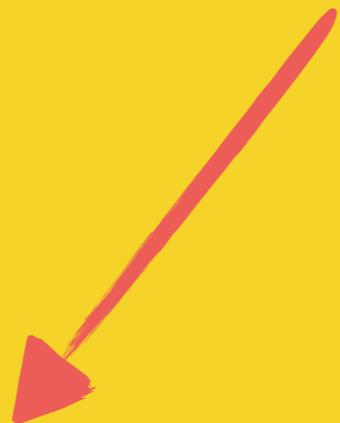
**КОНТРОЛЬ
РЕЗУЛЬТАТОВ**



**РАСЧЕТ КОЛИЧЕСТВА
НЕОБХОДИМЫХ
РЕСУРСОВ**

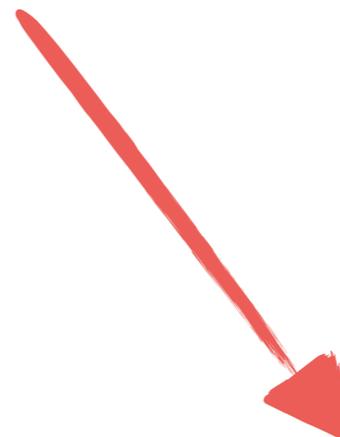


**КОНКУРС
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ
И ПРОЕКТНЫХ РАБОТ
ШКОЛЬНИКОВ**



ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЕКТ

«ИСТОРИЯ/КУЛЬТУРА МОЕГО
ГОРОДА/РЕГИОНА»



КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ

«ВОВЛЕЧЕНИЕ ШКОЛЬНИКОВ В
ВОЛОНТЕРСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЕКТ

«ИСТОРИЯ/КУЛЬТУРА МОЕГО
ГОРОДА/РЕГИОНА»

АННОТАЦИЯ



ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА

-  ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (НЕ БОЛЕЕ 15 ПРЕДЛОЖЕНИЙ);
-  ФОРМУЛИРОВКА ЦЕЛИ ПРОЕКТА;
-  ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАДАЧ ПРОЕКТА;
-  ОПИСАНИЕ СТРАТЕГИИ И МЕХАНИЗМОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА / ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ;
-  ОПИСАНИЕ ОЖИДАЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ И СОЦИАЛЬНОГО ЭФФЕКТА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА;

- ВИДЕОРЕКЛАМА, ПЕЧАТАЯ РЕКЛАМА (ПЛАКАТ, БУКЛЕТ, КАЛЕНДАРЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ), РАДИОРЕКЛАМА, VTL-РЕКЛАМА;

ИЛИ

- МАКЕТЫ, СЦЕНАРИЙ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОТРАЖАЮЩИЕ ОСНОВНУЮ ИДЕЮ ПРОЕКТА НА ЗАОЧНЫЙ ЭТАП

КРИТЕРИИ ОТБОРА

-  НОВИЗНА ИДЕИ ПРОЕКТА;
-  ОБОСНОВАННОСТЬ ЦЕЛИ И ЗАДАЧ;
-  УБЕДИТЕЛЬНОСТЬ ОТРАЖЕНИЯ ИДЕИ
В ПРЕДЛОЖЕННОЙ СТРАТЕГИИ;
-  ОРИГИНАЛЬНОСТЬ;

«ИСТОРИЯ/КУЛЬТУРА МОЕГО ГОРОДА/РЕГИОНА»

-  УРОВЕНЬ ХУДОЖЕСТВЕННОГО
ВОПЛОЩЕНИЯ;
-  ТОЧНОСТЬ И ОРГАНИЧНОСТЬ АУДИО-
ВИЗУАЛЬНОГО РЯДА (ДЛЯ ВИДЕО И
РАДИО);
-  СОЦИАЛЬНАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ
ЗНАЧИМОСТЬ ТВОРЧЕСКОГО «ПРОДУКТА»;

КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ

-  ОПИСАНИЕ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ (НЕ БОЛЕЕ 15 ПРЕДЛОЖЕНИЙ);
-  ФОРМУЛИРОВКА ПРОБЛЕМЫ;
-  ЦЕЛЬ ПРОЕКТА;
-  ЗАДАЧИ ПРОЕКТА;
-  ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ;
-  КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА;

«ВОВЛЕЧЕНИЕ ШКОЛЬНИКОВ В ВОЛОНТЕРСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

-  СТРАТЕГИЯ И МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА;
-  КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ;
-  ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА С ОПИСАНИЕМ ОСНОВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ;
-  ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА;

КРИТЕРИИ ОТБОРА

- 🔑 СООТВЕТСТВИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ;
- 🔑 ОБОСНОВАННОСТЬ ЦЕЛИ И ЗАДАЧ ПРОЕКТА;
- 🔑 УБЕДИТЕЛЬНОСТЬ ОТРАЖЕНИЯ ИДЕИ В ПРЕДЛОЖЕННОЙ СТРАТЕГИИ;
- 🔑 ОБОСНОВАННОСТЬ ВЫБОРА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ;

«ВОВЛЕЧЕНИЕ ШКОЛЬНИКОВ В ВОЛОНТЕРСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

- 🔑 АДЕКВАТНОСТЬ ВЫБРАННЫХ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ;
- 🔑 СТЕПЕНЬ РАЗРАБОТАННОСТИ И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ УРОВЕНЬ ПРЕДЛОЖЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ;
- 🔑 СОЦИАЛЬНАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЕКТА;



[HTTP://OLYMP.HSE.RU/PROJECTS](http://olymp.hse.ru/projects)