

**Ответы на задания полуфинала заключительного этапа
Всероссийской олимпиады студентов «Я – профессионал»
Категория «Магистратура/специалитет»**


Задание 1.

Высокочастотные запросы (определяют тематику поиска):

1. Вязание спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос отражает специфику продукта онлайн-школы (вся фраза «вязание спицами»), но не показывает особенность целевой аудитории – ее неопытность в данном вопросе и интерес к платным урокам.


Что искали со словом «вязание спицами» — 668 524 показа в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
вязание спицами	668 524

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat (сервис для поиска информации о запросах пользователей), отражающие крайне высокий интерес пользователей к данному запросу.*

2. Спицы для начинающих.

Аргументация выбора:

Этот запрос отражает специфику продукта онлайн-школы (слово «спицы») и особенность целевой аудитории – ее неопытность в данном вопросе (слово «начинающих»). Данная фраза не позволяет оценить платежеспособность аудитории и ее готовность на приобретение курса по вязанию спицами.

Что искали со словом «спицы для начинающих» — 285 731 показ в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
спицы +для начинающих	278 414


**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие крайне высокий интерес пользователей к данному запросу.*

3. Описание вязания спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос отражает специфику продукта онлайн-школы (фраза «вязание спицами»), а также позволяет сделать вывод о попадании в интересы целевой аудитории, ведь для

начинающих людей он будет крайне актуальным. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению курса по вязанию.


Что искали со словом «описание вязания спицами» — 124 115 показов в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
описание вязания спицами	124 115

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие крайне высокий интерес пользователей к данному запросу.*

4. Как вязать спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос отражает специфику продукта онлайн-школы (фраза «вязать спицами»), а также позволяет сделать вывод о попадании в интересы целевой аудитории, ведь для начинающих людей он будет крайне актуальным. Данная фраза не дает возможность оценить готовность людей к приобретению курса по вязанию.


Что искали со словом «+как вязать спицами» — 119 530 показов в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
+как вязать спицами	119 530

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие крайне высокий интерес пользователей к данному запросу.*

5. Спицами пошагово.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно попадает в интересы целевой аудитории, чаще всего пошаговые уроки ищут именно новички. Также фраза отражает специфику продукта онлайн-школы, ведь в ней предлагаются уроки именно по вязанию спицами, а не крючком. Запрос не позволяет оценить готовность пользователей к приобретению платных занятий.


Что искали со словом «спицами пошагово» — 100 006 показов в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
спицами пошагово	100 006

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие крайне высокий интерес пользователей к данному запросу.*

6. Вязание спицами для женщин.

Аргументация выбора:

Этот запрос попадает в интересы целевой аудитории, отражает ее гендерную принадлежность, а также частично показывает предлагаемый онлайн-школой продукт. Запрос не позволяет оценить уровень владения навыками вязания у пользователей и их готовность к приобретению платных занятий.


Что искали со словом «вязание спицами +для женщин» — 75 022 показа в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
вязание спицами +для женщин	75 022

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие достаточно высокий интерес пользователей к данному запросу.*

7. Мастер класс спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос попадает в интересы целевой аудитории, отражает ее готовность учиться. При этом такую фразу могут вбивать в поисковой сервис не только новички, а также та часть людей, которая обладает определенными базовыми навыками, но хочет их расширить. Запрос также не позволяет оценить готовность пользователей к приобретению платных занятий.

Что искали со словом «мастер класс спицами» — 60 668 показов в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
мастер класс спицами	60 668

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие достаточно высокий интерес пользователей к данному запросу.*

8. Вязание спицами для начинающих.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков. Но фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта.

Что искали со словом «вязание спицами для начинающих» — 60 211 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
вязание спицами +для начинающих	58 006

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие достаточно высокий интерес пользователей к данному запросу.*

9. Как вязать спицами для начинающих.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта.

Что искали со словом «как вязать спицами для начинающих» — 48 764 показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
+как вязать спицами +для начинающих	32 160

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие достаточно высокий интерес пользователей к данному запросу.*

10. Спицы для начинающих видео.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта.

Что искали со словом «спицы +для начинающих видео» — 26 011 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
спицы +для начинающих видео	26 011

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие достаточно высокий интерес пользователей к данному запросу.*

Примечание:

Для определения высокочастотных запросов в разных комбинациях были использованы следующие базовые слова:

- вязание;
- спицы;
- начинающие;
- видео;
- пошагово;
- мастер-класс.

С помощью сервиса Яндекс Wordstat были определены самые высокочастотные запросы (по количеству запросов в месяц).

Среди высокочастотных запросов также можно было бы выделить следующие (все данные взяты с сервиса Яндекс Wordstat):

- спицы;

Что искали со словом «спицы» — 3 347 885 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
----------------------	---

спицы	3 347 885
-----------------------	-----------

- схемы спицами;

Что искали со словом «схемы спицами» — 600 459 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
----------------------	---

схемы спицами	600 459
-------------------------------	---------

- схемы вязания спицами;

Что искали со словом «схемы вязания спицами» — 169 279 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
----------------------	---

схемы вязания спицами	169 279
---------------------------------------	---------

- узор спицами схема;

Что искали со словом «узор спицами схема» — 125 173 показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
----------------------	---

узор спицами схема	125 173
------------------------------------	---------

- и другие.


Однако они не попадают в целевую аудиторию, никак не отражают (или лишь частично) ее специфику, в связи с чем при выборе таких фраз результативность контекстной рекламы будет низкой.

Низкочастотные запросы (уточняют потребность потенциального клиента):

1. Уроки вязания спицами для начинающих с нуля.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков, у которых абсолютно нет опыта. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта.


Что искали со словом «уроки вязания спицами +для начинающих +с нуля» — 632 показа в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
уроки вязания спицами +для начинающих +с нуля	632

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

2. Школа рукоделия вязание спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, которые ищут именно школу для своего обучения. Фраза не позволяет оценить уровень подготовки людей, ее могут использовать не только новички.

Что искали со словом «школа рукоделия вязание спицами» — 583 показа в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
школа рукоделия вязание спицами	583

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

3. Курсы вязания спицами для начинающих.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта.

Что искали со словом «курсы вязания спицами +для начинающих» — 305 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
курсы вязания спицами +для начинающих	305

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

4. Онлайн школа вязания спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки. Фраза не позволяет оценить уровень подготовки людей, ее могут использовать не только новички. Запрос показывает преимущество предлагаемого продукта, которое важно для пользователей, это онлайн формат.

Что искали со словом «онлайн школа вязания спицами» — 101 показ в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
онлайн школа вязания спицами	101


**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

5. Курсы по вязанию спицами для начинающих.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта.

Что искали со словом «курсы +по вязанию спицами +для начинающих» — 81 показ в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
курсы +по вязанию спицами +для начинающих	81

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

6. Платные МК спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос частично отображает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет платежеспособную аудиторию. Фраза не позволяет уровень подготовки людей, ее могут использовать не только новички.

Что искали со словом «платные МК спицами» — 55 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
платные МК спицами	55

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

7. Платные мастер-классы по вязанию спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос частично отображает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет платежеспособную аудиторию. Фраза не позволяет уровень подготовки людей, ее могут использовать не только новички.

Что искали со словом «платные мастер классы +по вязанию спицами» — 51 показ в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
платные мастер классы +по вязанию спицами	51

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

8. Курс вязание спицами с нуля.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков, у которых абсолютно нет опыта. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта.

Что искали со словом «курс вязание спицами с нуля» — 30 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
курс вязание спицами +с нуля	30


**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

9. Школа вязания для начинающих спицами.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта.

Что искали со словом «школа вязания +для начинающих спицами» — 29 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
школа вязания +для начинающих спицами	29


**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

10. Курсы по вязанию спицами для начинающих онлайн.

Аргументация выбора:

Этот запрос точно отражает тематику продукта онлайн-школы «Волшебные петельки» и привлечет людей, ищущих именно курсы и уроки для новичков, у которых абсолютно нет опыта. Фраза не позволяет оценить готовность людей к приобретению предлагаемого продукта. Запрос показывает преимущество предлагаемого продукта, которое важно для пользователей, это онлайн формат.

Что искали со словом «курсы +по вязанию спицами +для начинающих онлайн» — 12 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц 
курсы +по вязанию спицами +для начинающих онлайн	12

**Данные с сервиса Яндекс Wordstat, отражающие интерес пользователей к данному запросу.*

Примечание:

Для низкочастотных запросов не была использована информация из оффера, в котором была отражена скидка 15% до 31 марта. Люди, интересующиеся вязанием спицами для начинающих, не используют в своих запросах такие слова, как «скидка», «акция», «недорого» и тому подобные. Запросы с такими словами обладают крайне низкой/нулевой частотностью, которая не позволит сделать контекстную рекламу результативной.

Также не была использована информация о названии онлайн-школы и курса, так как подобные запросы обладают низкой частотностью и не позволяют добавить уточняющие детали (например, по запросу «Волшебные петельки вязание спицами» было 0 показов в месяц).

Подчеркнуть возможность индивидуальной консультации с мастерицами также не удалось из-за отсутствия показов у подобных запросов.

Задание 2.

Рассылка в текстовом формате

Тема: One price на всё

Прехедер: в “Бутик букв”

Текст на баннере (Хедер):

Когда сюжет важнее обложки...© — Бутик букв

Тело письма:

Привет, книголюб! Участвуй в акции - любой бестселлер 2023 года за 500 рублей! *

Но какие именно произведения вошли в ТОП 2023 мы оставим в тайне 🤫 Зато наши книжные стилисты оставили подробное описание сюжета на каждой обложке. Больше никаких ярких картинок и уловок маркетологов - сделай выбор книги самостоятельно!

Как принять участие в акции?

1. С 5 по 10 апреля 2024 года прийти в любой офлайн-магазин “Бутик букв”
2. Рассказать о своих интересах нашему книжному стилисту - он поможет с выбором лучшего варианта
3. Купить любую книгу участвующую в акции
4. И наслаждаться чтением

Футер:

*В акции участвуют только книги формата «Mystery book»:
(ниже представить 2-3 карточки товара с участвующими в акции книгами с ценой от 800 до 2500 руб с активной кнопкой “Купить” для перехода на сайт магазина)

**Чтобы принять участие в акции, необходимо быть держателем карты магазина «Бутик букв»

***Купленные во время акции произведения возврату и обмену не подлежат.

Контакты

Ссылки на соц. сети (активные кнопки для перехода)

Кнопка отписки от рассылки

Задание 3.

Проект по восстановлению имиджа кандидата В. В. Каманина

Цель и задачи проекта. Цель - восстановление деловой и политической репутации В.В. Каманина в свете недавних событий, связанных с заводом «Визирь», и укрепление его позиций как кандидата в депутаты Губернской Думы.

Поставленная цель определила следующие задачи проекта:

- провести расследование инцидента и обеспечить его информационное сопровождение;
- перенаправить фокус общественного внимания на другие события в жизни кандидата;
- разработать план социальных и общественных проектов, включая экологические, в которых кандидат будет принимать активное участие и/или выступит инициатором;
- разработать меры противодействия дальнейшим информационным атакам со стороны оппонентов.

Целевые аудитории:

1. Активные пользователи социальных сетей и интернет-порталов, ТВ
2. жители экологически неблагополучных районов, включая Челябинскую область, где произошел инцидент;
3. Аудитория новостных каналов ТВ
4. Активисты экологических движений.

Срок реализации проекта: до начала предвыборной кампании.

Меры преодоления кризисной ситуации.

- анализ сложившейся ситуации;
- активная организация публичных встреч с потенциальными избирателями (социальными группами, выделенными для преодоления кризиса по результатам социологических опросов), освещение этих мероприятий в СМИ;
- организация пресс-конференций со СМИ, блогерами, экологическими организациями и эоактивистами. **Обоснование:** прямое общение с аудиторией покажет открытость и готовность депутата к решению задач разного уровня, а следовательно, повысит уровень доверия населения к политику.
- информационная кампания в социальных сетях и публикация информации о проводимых социально-значимых мероприятиях с участием кандидата
Обоснование: социальные сети — мощный инструмент влияния на общественное мнение. Кампания будет включать публикацию материалов о достижениях

Каманина, видеороликов с его участием и интерактивных сессиях с аудиторией, информационных постов о его действиях (посещении мероприятий, поддержании экологических инициатив, осуществлении расследования)

- Организация пресс-конференций и сотрудничества с блогерами.;
- активное взаимодействие с экоактивистами. **Обоснование:** активное участие в экологических проектах подчеркнет заботу Каманина о природе и опровергнет обвинения. Мероприятия включают в себя форумы, волонтерские акции и сотрудничество с экологическими НКО.

Эффективность каждого метода будет оцениваться по следующим критериям:

- увеличение количества позитивных публикаций и кандидате в СМИ (метод контент-анализа);
- положительная динамика общественного мнения (социологические опросы);
- активное участие общественности в обсуждении и поддержке инициатив кандидата (метод контент-анализа);
- укрепление доверия к кандидату (регулярные срезы соцопросов)
- положительная обратная связь в социальных сетях и местных СМИ (анализ комментариев в соцсетях, количества «лайков и «репостов»)

Задание 5.

Рекламная кампания проекта Открытого инклюзивного пространства «Наше место» — Дни инклюзивного театра «Мечтай!»

Организатор: Открытое инклюзивное пространство «Наше место»

Время и место проведения: 3-6 июня 2024 г. Челябинск

Представленный проект — это творческая коллаборация молодежи, в том числе с ограниченными возможностями здоровья и профессиональных актеров, музыкантов, хореографов и режиссеров. Это площадка для обмена опытом специалистов в сфере инклюзивного театрального искусства и культурно-досуговой деятельности, тех, кто работает с непрофессиональными артистами.

Проект включает:

1. Проведение открытых творческих проб, кастингов и три постановки для премьерных показов на фестивале:

- постановку спектакля с участием молодежи с инвалидностью и профессиональной актрисы театра и кино;

- мюзикла с участием молодежи из театральной инклюзивной студии и профессиональных исполнителей;

- музыкально-хореографическую инклюзивную постановку с использованием жестового пения. Режиссер-постановщик – хореограф шоу «ТАНЦЫ» на ТНТ.

2. В рамках фестиваля пройдет театральная лаборатория, участниками которой станут молодые непрофессиональные актеры и творческая молодежь с ограниченными возможностями здоровья. Участники из УРФО пройдут отбор.

3. В программу фестиваля также будут включены показы спектаклей специальных гостей – коллективов инклюзивных театров России. Будет проведен отбор театральных работ с целью сделать программу более многогранной и разноплановой, обогатить ее опытом и взглядом на инклюзивное искусство с разных сторон и точек зрения.

4. В рамках фестиваля будет организована программа по передаче практического опыта в области организации инклюзивных культурных мероприятий с участием творческой молодежи для режиссеров инклюзивных театров, руководителей непрофессиональных театральных коллективов: мастер-классы, дискуссии, консультации.

Цели РК:

1. Заинтересовать жителей Челябинска темой творчества людей с инвалидностью и ребят без ОВЗ

2. Привлечь новых участников в творческие лаборатории проекта и театральные студии

3. Обеспечить большую явку на спектакли проекта в июне 2024 года.

Задачи кампании:

1. Сформировать позитивный имидж проекта «Мечтай!» как открытого и инклюзивного пространства для творчества и общения людей с разными возможностями.

2. Расширить аудиторию проекта, привлечь новых участников и зрителей, в том числе молодежь, семьи с детьми, представителей СМИ, культурных и образовательных организаций, общественных активистов и др.

3. Стимулировать участие в театральной лаборатории, кастингах и пробах, создать условия для сотворчества и обмена опытом между профессиональными и непрофессиональными актерами, режиссерами, хореографами и др.

4. Повысить интерес к спектаклям проекта, сформировать ожидание и антиципацию премьерных показов, создать атмосферу вовлеченности и эмоционального отклика у зрителей.

5. Способствовать распространению информации о проекте «Мечтай!» в региональных и федеральных СМИ, социальных сетях и других каналах коммуникации, создать положительный образ инклюзивного театрального искусства в общественном мнении.

Целевая аудитория:

1. Молодые люди с инвалидностью от 16 до 35 лет
2. Молодые люди без особенностей здоровья от 16 до 35 лет, интересующиеся театральным мастерством, жестовым пением и хореографией
3. Молодые непрофессиональные актеры от 16 до 35 лет
4. Семьи, воспитывающих детей с особыми потребностями
5. Деятели культуры Челябинска
6. Специалисты, развивающие инклюзивное искусство в регионе
7. Любители театрального искусства, проживающие на территории Челябинской области

Основные каналы коммуникации:

- Социальная сеть «ВКонтакте» - Наружная реклама - Офлайн-мероприятия

Метрики оценки эффективности КРІ:

1. Количество участников и зрителей на мероприятиях.
2. Уровень узнаваемости проекта в обществе.
3. Вовлеченность в социальных медиа и рост подписчиков.
4. Обратная связь от участников, экспертов и общественности.

Виды продвижения:

1. Социальная сеть ВКонтакте. Создание или ведение имеющейся группы проекта с целью популяризации и информирования аудитории о проведении Дней инклюзивного театра «Мечтай». Разработка концепции и SMM-стратегии.

2. Социальные сети ВКонтакте других проектов организатора фестиваля. Кросс-постинг самых важных публикаций проекта.

3. Наружная реклама (билборды, объявления в специальных учреждениях, где обучаются люди с ОВЗ, объявления и брошюры в ВУЗах региона, промо-ролики в общественном транспорте, реклама в лифтах и др.)

4. Таргетированная реклама: реклама в социальных сетях, поисковых системах.. Настройка рекламных кампаний по интересам, возрасту, полу, геолокации и др. параметрам целевых аудиторий. Использование разных форматов рекламы: текст, фото, видео, карусель, ВК Клипы, сториз и др.

5. Участие команды организаторов в программах местных СМИ. Это могут быть выпуски на телевидении, радио, публикации о мероприятии в интернет-издания и анонсы о проекте к дружественных пабликах в социальных сетях.

6. Подготовка и распространение пресс-релизов, анонсов, интервью, статей, репортажей о проекте. Установление договоренностей о сотрудничестве со СМИ на взаимовыгодных условиях. Приглашение журналистов на спектакли и другие мероприятия

проекта, предоставление информационным партнерам права брать эксклюзивные интервью у звездных гостей проекта.

7. Проработка стратегии продвижения с Ломами. Поскольку в проекте принимают участие и звездные эксперты, они могут освещать процесс подготовки в своих соцсетях, призывать подписчиков присоединиться к проекту и прийти на события фестиваля. Также эксперты, при помощи рассказов о занятиях с людьми с инвалидностью, могут дать понять новой аудитории, что инклюзивное искусство может развиваться на равных с профессиональным.

8. Разработка и изготовление сувенирной продукции для участников и зрителей проекта.

9. Создание электронной платформы выдачи бесплатных приглашений, в ней описаны все спектакли, сессии и дискуссии проекта. Зритель может легко и быстро выписать себе билет на необходимое мероприятие в онлайн-форме.

Также для организации пиар-кампании необходим брендбук проекта, разработка специальных афиш для привлечения аудитории: как и участников самих постановок, так и зрителей спектаклей.

Примеры афиш:



За 2024 год – афиша кастинга



За 2024 год – афиша кастинга



За 2023 год – афиша спектакля

Если говорить о **контент-плане и публикациях в группе проекта**, то контент должен быть разнообразным и соотносится с этапами реализации проекта. Начиная от агитации в команду актеров фестиваля, заканчивая приглашением зрителей и информации о проведении самого мероприятия. Также важно уделить особое внимание на тренды 2024 года в социальных сетях, в том числе ВК клипы.

Пример реализации контент-плана на апрель (старт кампании):

Неделя 1: Запуск кампании

- Анонс проекта с основной информацией о проекте.
- Анонсы кастингов в театральные постановки.
- ВК КЛИПЫ: нарезки с лучшими моментами прошлых лет фестиваля.

Неделя 2: Информация о спектаклях и участниках

- Рассказ о театральных студиях, которые будут принимать участие в проекте
- Публикации с фото о том, как проходят кастинги
- Видеоотчеты с прошлых годов фестиваля
- Отзывы режиссеров спектаклей 2024 года: что ожидать зрителю. Формат ВК

клипа

Неделя 3: Информация о подготовке

- Публикация о том, как проходит подготовка к спектаклю. Отзывы постановщиков и участников
- Видео с ТВ-эфиров, в которых принимают участие организаторы фестиваля
- Фото и видео с репетиций/подготовки к проекту
- Видеоприветствия театральных деятелей, которые занимаются развитием проекта и будут вести сессии на мероприятии

Неделя 4: Подготовка зрителя к открытию выдачи билетов

- Информация о том, что скоро стартует выдача билетов
- Анонс официальной афиши мероприятия с перечнем всех событий проекта + ссылка на выдачу билетов
- Информация о том, как правильно выписать билет

- Рассказ о новых участниках фестиваля
- ВК клипы развлекательного характера

Пример поста кастинга в спектакль:

★ Ты можешь спеть на одной сцене с МОТом!

Открытое инклюзивное пространство «Наше место» объявляет кастинг в музыкальную постановку на жестовом языке, премьера которой состоится на фестивале «Дни инклюзивного театра «Мечтай!»

👉 Основой для музыкальной постановки станут песни известного артиста МОТа, которые он лично исполнит со сцены.

Хореограф-постановщик проекта – хореограф шоу «Танцы», финалист 6 сезона телепроекта Марк Куклин.

- Если ты знаешь жестовый язык и любишь петь на нем
- Владеешь современными танцевальными стилями (хип-хоп, дэнсхолл и другие уличные направления)
- Готов репетировать с профессиональными хореографами и режиссерами
- Хочешь выйти на большую сцену Челябинска

👉 Подавай заявку по ссылке <https://clck.ru/38mzHw>

Обратите внимание — количество мест в постановке ограничено! Кастинг пройдет 21 февраля в 18:00 по адресу: Свердловский проспект 84Б, офис 306.

Проект реализуется с использованием гранта Губернатора Челябинской области, предоставленного Фондом поддержки гражданских инициатив Южного Урала.

#Насневозможнонезаметить #НашеМестоЧелябинск #тыможешь #ДниТеатраМечтай #Инклюзивныйтеатр

Пример информационного поста о событии проекта:

🗣️ Театр, где есть место для каждого!

Рассказываем об интересной встрече, которая состоялась в рамках Дней инклюзивного театра «Мечтай!», в формате дискуссионной площадки. Тема встречи – «Особенный театр: норма или экзотика?» Спикерами выступили челябинские и московские режиссеры, принимающие активное участие в проектах Клуба «Наше место».

Участники встречи обсуждали вопросы популярности инклюзивного творчества, его роли в культурном поле массового зрителя, сложности работы и стереотипы, связанные с людьми с ограниченными возможностями здоровья.

Дискуссия проходила в формате открытого разговора между спикерами и зрителями: последние стали не просто безмолвными наблюдателями, но и активными участниками процесса. Им была предоставлена возможность взаимодействовать с экспертами и делиться своими мыслями по теме.

Зрительница, Лидия Лычагина, заместитель председателя ТГОО Центр поддержки детей-инвалидов «Солнышко», отзывается о мероприятии:

🗣️ «Вообще в первый раз в таком формате встречаюсь, и именно с такими людьми, которые сведущи в театральном искусстве. Я из города Троицк, у нас центр поддержки детей-инвалидов, и мы тоже немного занимаемся театром, потому что детям с особенностями развития инклюзивный театр дает возможность раскрыться, показать себя со сцены. Прикоснувшись сейчас к театральному искусству на этом мероприятии, увидев, насколько эти люди работают плодотворно, долго. Настолько увлеченно отдаются этому делу, хочется к этому тоже быть причастными!»

👉 В процессе обсуждения были подняты конкретные вопросы: отношение зрителя к инклюзии, сложности в организации работы и взаимодействии с актерами, культурные особенности инклюзивного театра. Также участники рассказывали истории из личной

практики, из закулисья. Зрители смогли узнать больше о проектах, показанных в рамках Дней «Мечтай!» и истории их создания.

Своим мнением об итогах дискуссии поделился Сергей Бидный, директор Театра неслышащих актеров «НЕДОСЛОВ»:

«Все действуют совершенно по-разному, у всех свои методы, у всех свои исходные предлагаемые обстоятельства: кто-то делает сразу инклюзию, кто-то работает с замкнутым коллективом, у кого-то, наоборот, открытые формы; кто-то работает лабораторно, а кто-то более конвейерно. У всех разные предпосылки, ресурсная база, поэтому мы, несмотря на то, что мы делаем одно дело, мы очень разные. Очень хорошо, что мы имеем возможность об этом и поговорить, и поделиться опытом, потому что нам всем есть, чему друг у друга поучиться. Я считаю, что мы не сможем, да и не нужно, унифицировать этот процесс. Инклюзивный театр очень разный, но пока он совершенно непонятен остальным людям. Нам еще предстоит достучаться и пробиться»

✦ Организатор проекта: Инклюзивный молодежный Клуб «Наше место». Дни инклюзивного театра «Мечтай!» состоялись при поддержке Президентского фонда культурных инициатив.

#ФестивальМечтай #НашеместоЧелябинск #Инклюзивныйтеатр

События, которые могут также стать информационными поводами:

1. Мастер-класс театрального мастерства в спецучреждениях.
2. Участие артистов фестиваля в творческих проектах города. Например, выступление на “Весна студенческая” с театральным этюдом или номером с элементами жестового пения и хореографии.
3. Пресс-конференции для СМИ о проведении мероприятия.
4. Открытые театральные лаборатории для жителей Челябинска.
5. Перформансы на улицах города, олицетворяющие тематику фестиваля: мечтай и искусство.

Также, для эффективного освещения самого мероприятия можно набрать команду медиаволонтеров, что с 2021 года уже делает команда “Наше место”. Начинающие журналисты помогают создавать материалы о деятельности проекта, тем самым знакомятся со спецификой создания материалов на социальную тему в сфере инклюзивного искусства.

Задание 6.

1. Бюджет=GRP*CPP

Ответ: 6 388 088 р.

2. $\text{Reach (total)} = 1 - (1 - \text{Reach 1, \%}) * (1 - \text{Reach 2, \%}) \dots * (1 - \text{Reach N, \%})$

Ответ: Reach = 2,2% или 48 836,72

3. $F = \text{GRP} / \text{Reach}$

F=201,73

4. $\text{OTS} = \sum_n \text{REACH}_n$

OTS за сутки одной поверхности = 20 965

5. $\text{TRP} = \sum R$

TRP за всю рекламную кампанию = 10 260

6. $\text{Reach} = \text{GRP} / \text{Frequency}$

Reach (ООН) = 60,35 %

7. При определении стратегии рекламной кампании необходимо учесть всплески простуды, рост запросов на противовирусные препараты. Применение статистических данных позволит определить стратегию и тактику рекламной кампании.

8. Необходимы правильные расчеты и аргументированность возможной стратегии.