



Задания заключительного этапа (финал)
 Всероссийской олимпиады студентов «Я – профессионал»
 по направлению «Креативные индустрии»

Категория участия «Магистратура/специалитет»

Индивидуальные состязания

Кейс: «Создать Арт-объекты из аварийных деревьев»

Вопросы:

1.	Описание задания	Разработать проект социальной инициативы с возможной подачей его на грант. Привлечь к проекту сферу креативных индустрий и социального предпринимательства.
2.	Почему возникла необходимость в коммуникации?	Образ города зависит не только от администрации, но и от граждан, поэтому важна социальная инициатива. Цель сформировать устойчивое представление органов государственной власти и активных горожан, что нужно заниматься озеленением города. Привлечь креативные индустрии к проблеме.
3.	Какой результат ожидали от этой коммуникации?	Привлечение внимания администрации, активных граждан к социальным проблемам.
4.	На кого мы хотим повлиять: - описание; - ядро целевой аудитории; - социально- демографические характеристики; - психологические характеристики.	1. Активные, социально-ответственные жители города, стремящиеся как-то повлиять на свое окружение, улицу, район и город. 2. Администрации районов, города, области и депутаты. Те, кто может прямо влиять на озвученные проблемы или напрямую руководить действиями по их решению. 3. Рядовые жители районов, которые не участвуют в конкурсе проекта, но замечают объекты, созданные нами, обращают внимание на персонажей и героев проекта.
5.	Ценности, на которые опирается проект	Ценность сформировать социальную активность среди горожан. Обратит внимание на наличие аварийных деревьев, и начать процесс замены их на новые молодые деревья.
6.	Какова одна особенность, которую потребитель должен запомнить в результате этой коммуникации?	Лучший город, тот который любят горожане, но, когда любишь свой город, ты участвуешь в жизни объекта любви. Город, в который ты вкладываешь свои силы отвечает тебе тем же. Предпринимательство в твоём городе улучшает жизнь горожан и создает общую благоприятную среду развития территории. Социальные проекты инвестиции в



7.	Почему эта особенность правда? (Что позволяет нам верить, в то, что наша коммуникация убедительна?)	Социальное предпринимательство развивается в РФ. Креативные индустрии получили поддержку государства.
8.	Какие барьеры коммуникации	Социальная апатия, отсутствие информированности о возможностях грантовой поддержки креативных индустрий
9.	Партнеры по рынку преследующие близкие к вам цели	Креативные индустрии, народно- художественные промыслы
10.	Показатели эффективности	Увеличение узнаваемости, участие в предпринимательской деятельности. Увеличение узнаваемости.

Технические требования к индивидуальной работе

№	Критерии	Требования
1.	Время работы над индивидуальным заданием	8 часов
2.	Требования к презентации	Количество слайдов 5 Слайд № 1 - название проекта Слайд № 2- проблема, ее решение Слайд № 3- бизнес-модель Слайд № 4- целевая аудитория Слайд № 5 – пакет для бизнеса
3.	Формат проведения	Публичное выступление
4.	Презентация концепции	10 минут, ответы на вопросы представителей бизнеса

Критерии оценивая индивидуальных состязаний

1.	Стиль общения (в неформальной обстановке в форме беседы, не требующей офисной концентрации)	10 баллов
2.	Презентация бизнес идеи	10 баллов
3.	Степень проработки проблемы (актуальность, социальная значимость, обоснованность альтернативных решений, наличие рисков и ограничений) -	10 баллов
4.	Новизна (оригинальность, креативность бизнес идеи)	10 баллов
5.	Практическая значимость (практическое применение в городском пространстве)	10 баллов



Командные состязания

Кейс: «Разработать программу обновления образа и трансформации Ростовской финифти для молодёжной аудитории»

Вопросы:

1.	Описание задания	Разработать проект обновления образа и трансформации Ростовской финифти на молодежные аудитории
2.	Почему возникла необходимость в коммуникации?	Финифть – это древнейший декоративно-художественный промысел России, один из наиболее интересных и ярких видов миниатюрной живописи, который всегда относился к элитарным видам искусства. Эксклюзивный характер эмалевых миниатюр обусловлен высоким живописным мастерством художника и чрезвычайно сложным, трудоемким процессом их изготовления. Требуется обновление образа для современной молодой аудитории
3.	Какой результат ожидали от этой коммуникации?	Привлечение внимание молодежной аудитории. Изменение образа на эксклюзивный современный модный, необходимый аксессуар в обиходе молодого человека
4.	На кого мы хотим повлиять: - описание; - ядро целевой аудитории; - социально-демографические характеристики; - психологические характеристики.	18-30 лет Те, кто сочетает современную моду с уникальными вещами. Неповторимый аксессуар, подчеркивающий твой характер. Предпочитают обладать предметом, обладающим большей ценностью нежели, чем скоротечная мода. Вещь, которую можно оставить на память, как реликвию, семейную традицию.
5.	Ценности, на которые опирается проект	Российский, имеющий историю, духовный промысел, современные мотивы
6.	Какова одна особенность, которую потребитель должен запомнить в результате этой коммуникации?	Для поддержания гармонии важно сочетать разнообразные явления: скорость и покой, традицию и современность, мимолетную моду и вечное искусство, стремление соответствовать канонам и найти образ своего «Я», национальные художественные промыслы впитали культуру разных эпох России от языческих и христианских образов, до авангардных и постмодернистских, дополняя свой образ художественными аксессуарами для жизни Ростовской финифти, выражай себя через уникальный характер.
7.	Почему эта особенность правда? (Что позволяет нам верить, в то, что наша коммуникация убедительна?)	Произведения старых и современных Ростовских мастеров хранятся в Государственном Историческом музее, Государственном Русском музее, Государственном Эрмитаже, Оружейной палате Московского Кремля, Государственном музее-заповеднике "Ростовский Кремль" и других музейных собраниях и частных коллекциях в России и за рубежом.



8.	Какие барьеры коммуникации	Информированность, образ устаревшего искусства
9.	Партнеры по рынку преследующие близкие к вам цели	Палех, Вологодская финифть, Гжель
10.	Показатели эффективности	Увеличение узнаваемости

Технические требования к командной работе.

№	Критерии	Требования
1.	Время работы команды	1 часть: с 10:00 до 12: 00 Формирование и развитие команды. Работа с наставником 2 часть с 12:00 - 18:00 самостоятельная работа команды над созданием проекта Всего 8 часов (480 минут)
2.	Требования к презентации	Количество слайдов 10: Слайд № 1 - название проекта и краткое ценностное предложение Слайд № 2 - проблемы, которые решаются реализацией проекта Слайд № 3 - непосредственно описание того, как проблему решает проект Слайд № 4- бизнес-модель проекта Слайд №5 - анализ рынка, конкурентов Слайд № 6 - целевая аудитория и стратегия продвижения Слайд № 7 - план развития проекта (стартапа) Слайд № 8 - дорожная карта проекта Слайд № 9- поведение итогов Слайд № 10 - контакты

Критерии оценивая командных состязаний

1.	Творческая концепция не имеет аналогов	5 баллов
2.	Актуальность и общественная значимость убедительно доказана (описание аргументировано и подкреплено конкретными количественными и (или) качественными показателями)	5 баллов
3.	Концепция позиционирования раскрыта профессионально, приложены необходимые поясняющие документы	4 балла
4.	Применимость креативного проекта на практике	4 балла
5.	Грамотно оформлена презентация креативного проекта	2 балла
6.	Показан партнерский пакет, с которым можно пойти в органы региональной власти	3 балла



7.	Выступление команды (содержательность, наглядность, ясность, грамотная речь)	3 балла
----	--	---------

Всего 26 баллов + (10 баллов наставники + 2 балла команды+ 2 балла участники)