УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИМЕНИ ЯНКИ КУПАЛЫ

«Культурный Гродно. Литературная жемчужина»

Авторы:

Горашнякова Юлия Анатольевна

Чиженкова Ксения Андреевна

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

2. ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ

2.1 ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

2.2 СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ АУДИТОРИЯ

3. АНАЛИЗ РЫНКА И КОНКУРЕНТОВ

4. ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОЕКТА

5. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

6. ГЕОГРАФИЯ КОММУНИКАЦИЙ

7. КОММУНИКАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ

8. УГРОЗЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

9. РИСКИ

10. ДЕЙСТВИЯ И МЕРОПРИЯТИЯ

11. СРОКИ

12. ДОКУМЕНТАЦИЯ\*

13. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

14. КОНТРОЛЬ И ОГРАНИЧЕНИЯ

15. БЮДЖЕТ

\*16. РАСПИСАНИЕ СТАРТОВОГО МЕРОПРИЯТИЯ

1. Контактная информация

|  |  |
| --- | --- |
| Авторы, инициаторы и руководители проекта | Горашнякова Юлия АнатольевнаЧиженкова Ксения Андреевна |
| Факультет истории, коммуникации и туризма, специальность «Информация и коммуникация», 4 курс |
| Адрес | Беларусь, Гродно, 230023, ул. Ожешко, 22  |

2. Информация о проекте

|  |  |
| --- | --- |
| Название | «Культурный Гродно. Литературная жемчужина» |
| Тип проекта | PR |
| Объект  | Литературное достояние города (литературные произведения, писатели и поэты) |

2.1 Целевая аудитория

Молодежь (поколение Z)

Микросегментация

Демографические (социально-демографические) характеристики: преимущественно гродненцы и молодежь гродненского района. От 16 до 25 лет. Студенты, учащиеся школ и колледжей. Вне зависимости от пола, расовой и религиозной принадлежности.

Психографические характеристики: динамичный образ жизни, преимущественно городские жители. Новаторы. Целеустремленные, творческие, стремятся к самовыражению. Активная жизненная позиция. Отношение к проблеме — получение новой информации / заинтересованность / способ самовыражения. Ценности: общение, развитие, самореализация, духовный рост, свобода.

Поведенческие: заинтересованность (стабильная либо низкая) в изучении проблемы; активные участники. Подвержены импульсивным, спонтанным, нестандартным и эмоциональным поступкам и действиям.

Количество: 500-800 участников.

Потенциал увеличения: 1000 – 1500 участников (в процессе реализации проекта).

Доступность: отсутствие языковых и коммуникационных барьеров. Использование СМК. Географическая приближенность.

2.2 Специализированная аудитория

Издатели, писатели, переводчики, руководители пресс-служб, редакторы газет и журналов, региональные СМИ, культурологи, филологи, преподаватели, критики, обозреватели, сценаристы, актеры. Общественные (культурно-развлекательные) организации. Туристические агентства. Потенциальные спонсоры.

3. Анализ рынка и конкурентов

Результат анализа демографической структуры населения Гродно: 32% молодых людей в возрасте от 18 до 23 лет (от всего населения города).

Мониторинг населения через социологические опросы (при поддержке кафедры социологии) и голосование на интернет-портале freeday.by, новостном сайте 015.by: результат — низкая осведомленность.

Медиа-аудит СМИ*:* 30 % материалов (как печатных, так и аудиовизуальных) гродненских СМИ — культурной тематики. Оперативное и качественное освещение в СМИ.

Потенциальная аудитория для сотрудничества: 3 высших учебных заведения, более 20 средних специальных учреждений образования; более 30 активных туристических агентств в Гродно.

Анализ туристических предложений от гродненских агентств: предложение о литературном маршруте уникально.

Целесообразность. В Гродно сохранилось большое количество литературно-культурных памятников.

4. Преимущества

Активное участие и интерес к культурному наследию со стороны городского управления и учреждений образования.

Команда проекта укомплектована исключительно единомышленниками, преданными своему проекту .

Объект кампании — духовная ценность, результаты интеллектуальной деятельности — предполагает эстетическую конкурентноспособность.

Перекрестное использование сферы культуры и туризма, сочетание разных направлений творчества значительно увеличивает потенциал проекта.

Для продвижения идеи целесообразно использовать оценки экспертов и мнение компетентных лиц.

Эмоциональное (прямые контакты) воздействие на аудиторию.

Возможность получения прибыли.

Длительность и периодичность жизненного цикла проекта (распространение сувенирной продукции, туристические услуги, участие в мероприятиях).

Литературный маршрут: туристические агентства предлагают туры по ознакомлению с архитектурой Гродно, а экскурсии по «литературному достоянию» — уникальны.

Все мероприятия проекта не имеют аналогов в Гродно.

5. Цели и задачи

Главная цель — сформировать интерес у молодежи к литературному достоянию Гродненщины.

Стратегическая цель — духовное просвещение молодежи.

Задачи:

1) популяризировать «литературный Гродно» / обеспечить интерес к «культурной истории»;

2) организовать своевременное и качественное освещение в СМИ мероприятий проекта; донести информацию о перспективности / актуальности проекта до целевой аудитории;

4) получить материальную поддержку для проведения кампании через привлечение корпоративных и общественных спонсоров;

5) организовать мероприятия совместно с деловыми и культурными кругами региона.

6. География коммуникации

Гродно, Гродненский район (в перспективе — область).

7. Коммуникационные каналы

СМИ. Газеты «Гродненская правда», «Перспектива», «Вечерний Гродно», глянцевый популярный журнал о жизни гродненцев «Твой город Гродно»; интернет-журнал «freeday.by»; сайт s13.ru, 015.by.

Электронные средства рекламы (радио «Гродно», телевидение «Гродно +», телерадиокомпания «Гродно»; социальные сети, информационные интернет-порталы).

Иллюстративно-изобразительные средства рекламы (плакаты, афиши, постеры, буклеты, брошюры, пригласительные).

Общественные связи: конференции, выступления, презентации.

Основные компоненты фирменного стиля.

Логотип: изображение головы оленя в венке из васильков. Олень – символ города (олень святого Губерта), васильки – ассоциации к творчеству Василя Быкова (значимая личность в литературном достоянии Гродно). Вся сувенирная продукция оформляется в соответствии с цветами, использованными на логотипе: белый, синий, черный, зеленый.

8. Угрозы и возможности

Высокие издержки на стартовых этапах.

Низкая рентабельность реализованной коммерческой продукции (степень отдачи использования капитала).

Крайняя необходимость в спонсорах, готовых поддержать проект. Издержки, по высокой вероятности, превышают прибыль (основа деятельности – спонсорство, краудфандинг). Высокая степень коммерческого риска.

Ошибочное определение размеров спроса.

Недостаточное использование рекламы.

Воздействие сезонных факторов.

9. Риски

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование риска | Категория риска | Статус и вероятность риска | Описание риска | Источник / причина риска | Последствия риска | Методы реагирования | Приемлемые результат реагирования |
| 1 | Несоблюдение графика | Объективный. Известный. Несистематический | Достаточно высокая вероятность | Отклонение от дат реализации | Все уровни проекта | Временная и финансовая корректировка реализации проекта | Корректировка (слом / ускорение) расписания проекта | Отклонения не более 7 (календарных) дней |
| 2 | Конкуренты | Объективный. Известный. Систематический | Контролируемый статус и вероятность проявления | Создание аналогичного продукта | Туристические агентства, учреждения образования | Дополнительные затраты  | Расширение аудитории / географии проекта | Превосходство конкурентов по какому-либо критерию |
| 3 | Отсутствие интереса у аудитории | Необъективный. Неизвестный. Несистематический | Высокая доля влияния. Вероятность – контролируемая. | Нет заинтересованности аудитории | Аудитория | Нецелесообразность проекта | Дополнительное стимулирование интереса. Расширение географии проекта | Оптимизация спроса в течении 7 (календарных) дней |
| 4 | Риск недостаточной ликвидности | Объективный. Известный. Несистематический | Высокая доля влияния на реализацию проекта | Нехватка средств на проектную мощность | Спонсоры, участники проекта, min прибыль | Осложнения и задержки в процессе реализации всей проектной деятельности | Дополнительные источники финансирования, корректировка расписания проекта | Возвращение к оптимальному расписанию проекта в срок от 7 до 10 рабочих дней |

10. Действия и мероприятия

* Стартовое мероприятие: бал-постановка. Сценаристы, режиссеры, операторы, актеры — студенты (опыт проведения подобного мероприятия — <http://fh.grsu.by/index.php/faculty/novosti/520-yubilejnyj-spektakl-teatralno-poeticheskoj-studii-aura>). Информирование (о постановке) за счет социальных сетей, личных контактов, привлечения участников трупы студенческих театров, минимальной наружной рекламы — афиши персональных приглашений. Суть спектакля: все герои постановки — прототипы из произведений гродненских писателей. Цель: информировать о начале проекта, связанного с литературным достоянием города.
* Рэп-батлы студентов по творчеству (на стихи) гродненских поэтов и писателей в молодежно-развлекательном центре «Галактика» (при сотрудничестве с freeday.by, s13.ru, студией звукозаписи Cool Records).
* Создание и распространение сувенирной продукции (магниты, открытки, диски, календари, буклеты, мешочки с ароматными травами ручной работы – символично, наклейки с логотипом проекта, галстук-бабочки, чехлы).
* Эскизы с изображениями белорусских писателей и поэтов для тату-салонов.
* Движение в Instagram: фото с книгой «Street style».
* Трансляция видеоролика «Литературная жемчужина» в учреждениях образования, кафе (H2O, «Веранда», «МЦ»), социальных сетях и на видео-хостингах («ВКонтакте», «YouTube»).
* Разработка литературного (пешего) маршрута для туристических агентств. Основа — событийный, тематический, национальный туризм.
* Проектирование и создание виртуальной версии достопримечательностей, связанных с литературным достоянием города. Проект размещается на сайте туристического агентства.
* Пресс-тур по литературному маршруту для местных СМИ.

Параллельно с мероприятиями:

разработка словаря-каталога уникальных слов из произведений гродненских писателей;

создание и качественное наполнение страницы в социальных сетях (о проекте).

* При поддержке Гродненского государственного университета (факультет истории, коммуникации и туризма), проекта «Живая история» и регионального центра туризма, торжественное открытие бесплатной литературно-туристической экскурсии. В дальнейшем экскурсии будут еженедельными и платными.
* Тематические литературные вечера и театральные постановки (при поддержке студенческой театрально-поэтической студии «Аура» — Гродненский государственный университет имени Янки Купалы).
* Ежемесячные рейтинги в местных СМИ: обзор литературы на различную тематику.
* При сотрудничестве с местными телеканалами, сценаристами Драматического театра и театра кукол, факультета искусств Гродненского государственного университета имени Янки Купалы — проведение конкурса на экранизацию книги / произведения гродненских авторов.
* В рамках фестиваля, приуроченного белорусской письменности (ежегодное мероприятие), организовать выставочный стенд гродненских писателей. В программу выставки включить пресс-конференцию на тему литературного достояния города, лекции критиков, брейн-ринг «Ліхтар» со студентами.
* Открытая площадка белорусских народных танцев и музыки. С привлечением популярных танцоров / танцевальных студий города (Евгений Якуш, Александр Бык, студия современного танца "ART MOTION"). В рамках танцевального шоу — конкурс на музыкальное «оформление»: музыка к литературным произведениям Гродненщины.
* Предоставление помещений музея и библиотеки для профессиональных фото и видео-съемок.
* Эксклюзивная серия ароматов (создание парфюмерии), соответствующей литературным личностям Гродно. Дизайнерское оформление упаковки.
* Радиоперекличка (знаменитые ведущие — выпускники кафедры журналистики ГрГУ – «Чытаюць па-беларуску»). Версия «чтений» будет распространятся на дисках в качестве сувенирной продукции.
* Региональная конференция для обсуждения перспектив туристического потенциала Гродненского региона. Участники: делегация от Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродненского государственного гуманитарного колледжа (кафедра «Туризм и гостеприимство»); представители туристического бюро «Региональный центр туризма».
* После предварительного информирования (на других мероприятиях в рамках проекта), проведение акции: литературное достояние Гродно из Вашего дома. По принципу организации буккросинга в общественных местах (кафе, театры, музеи, торговые центры, места для отдыха, а в летнее время – парки) установить тематические (выполненные в одном стиле) стеллажи, полки, стенды с книгами гродненских писателей, поэтов.
* Благотворительный ужин. Родственники, знакомые и друзья знаменитых Гродненских писателей смогут поделиться со всеми желающими ценной информацией о жизни и творчестве литературных «героев» в рамках проведения стилизованного благотворительного ужина. Все собранные на вечере средства будут направлены на дальнейшее развитие проекта.

Комплекс мероприятий для школьников:

совместно с «Союзом писателей Беларуси» (расположены в Гродно) —конкурс чтецов (приуроченный ко дню рождения Элизы Ожешко);

конкурс ораторского искусства “Валошка” (тема: «Литературный Гродно»; включить в конкурсную программу задание на написание послания к одному из гродненских авторов: «По адресу писателя…»);

театральные постановки на произведения гродненских писателей;

конкурс детских рисунков на тему «Литературная жемчужинка» (результаты опубликовать в сети Интернет на сайтах [www.s13.ru](http://www.s13.ru/), freeday.by, vk.vom/verch\_life; организовать презентацию в Центре творчества детей и молодежи, активной участнице средней школе).

11. Сроки

Интенсивная работа и привлечение участников проекта в период ноябрь-апрель, с дальнейшей информационной поддержкой и стабильной работой в выбранном направлении до июня 2016 г. Далее — стабильная работа с туристами / участниками туристического маршрута.

12. Документация\*

\**Для мероприятий в период первых четырех месяцев проекта*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Мероприятие | Контрольная операция | Документ | Сроки согласования |
| Подготовительный этап | Финансирование | Договор | Min = 30 дней до начала реализацииMax = 20 дней до |
| Печать сувенирной продукции | Договор с рекламным агентством | Min = 10 дней до начала реализацииMax = 7 дней до начала |
| Печать информационных материалов (для СМИ) | Договор с типографией |
| Видео-оператор | Договор | Min = 20 дней до начала реализацииMax = 15 дней до начала трансляции |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Бал–постановка | Распространение сувенирной продукции | Разрешение | Min = 7 дней до началаMax = 3 дня до начала |
| Реклама (печатная и видео) | Разрешение на размещение и трансляцию | Min = 30 дней доMax = 15 дней до |
| Аренда помещения | Договор | Min = 10 дней до началаMax = 7 дней до реализации |
| Информационное обеспечение | Пресс-релизы для СМИ | Min = 10 дней до началаMax = 7 дней до реализации |
| Участие спикеров | Приглашение и аккредитация | Min = 10 дней до началаMax = 7 дней до реализации |
| Реквизиты для постановки | Договор | Min = 60 дней доMax = 40 |
| Проведение бала | Положение | Определенная дата (допустимы корректировки лишь во время одного дня) |
| Проведение мастер–классов | Разрешение | Min = 15 дней до мероприятияMax = 10 дней до… |
| Медиа-аудит | Отчет | Min = 2 дня после завершенияMax = 5 дней после |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Конкурс рэп-исполнителей | Распространение сувенирной продукции | Разрешение | Min = 15 дней до проведения конкурсаMax = 7 дня до… |
| Начальный этап реализации | Устав и положение конкурса | Min = 30 дней до проведения конкурсаMax = 20 |
| Согласование с руководством | Разрешение на проведение | Min = 20 дней до проведения конкурсаMax = 15 |
| Реклама(печатная и видео) | Разрешение на размещение и трансляцию | Min = 30 дней доMax = 15 дней до |
| Отбор участников | Документальное фиксирование | Min = 20 дней до проведения конкурсаMax = 15 |
| Аренда помещения | Договор | Min = 20 дней до началаMax = 10 дней до |
| Информационное обеспечение | Пресс-релизы и аккредитация для журналистов | Min = 10 дней до началаMax = 7 дней до |
| Медиа-аудит | Отчет | Min = 2 дня после завершенияMax = 5 дней после |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Эскизы для салонов тату | Включение эскизов в ассортимент салона  | Договор | Min = 20 дней до презентацииMax = 15 дней до презентации |
| Оценка и включение в прайс-лист | Договор |
| Аренда помещения для проведения презентации | Разрешение на проведение презентации | Min = 15 дней до началаMax = 7 дней до |
| Договор с салоном |
| Реклама в социальных сетях | Договоренность | Min = 10 дней до началаMax = 7 дней до |
| Информационное обеспечение | Пресс-релизы для СМИ | Min = 10 дней до началаMax = 7 дней до |
| Наружная реклама | Договор с типографией. Разрешение на размещение | Min = 15 дней до началаMax = 10 дней до |
| Презентация | Разрешение | Min = 15 дней до началаMax = 10 дней до |
| Медиа-аудит | Отчет | Min = 2 дня после завершенияMax = 5 дней после |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Виртуальная версия литературно-архитектурных памятников | Фотоматериалы | Договор с фотографом | Min = 15 дней до создания фотоMax = 10 дней до создания фото |
| Разработка виртуальной версии | Договор с программистом | Min = 10 дней до разработкиMax = 7 дней до |
| Трансляция на сайте | Разрешение и договор с туристическим агентством | Min = 10 дней до трансляцииMax = 7 дней до |
| Анализ посещаемости | Отчет | Min = 7 дней после начала трансляцииMax = 10 дней до |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Пресс-тур по литературному маршруту (для местных СМИ) | Организация тура | Разрешение. Договор | Min = 30 дней до тураMax = 20 дней до |
| Участники | \*Медиа-аудит – отчет | \*Min = 20 дней до тураMax = 15 дней до |
| Пресс-релизы и аккредитация | Min = 15 дней до тураMax = 10 дней до |
| Фиксирование участников | Min = 15 дней до тураMax = 10 дней до |
| Организационные расходы | Договор | Min = 15 дней до тураMax = 10 дней до |
| Аренда помещения | Договор | Min = 20 дней до тураMax = 10 дней до |
| Отчетность | Анализ публикаций | Min = 3 дня после тураMax = 5 дней после |
| Финансовая смета | Min = 5 дней после тураMax =10 дней |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Торжественное открытие экскурсии | Финансирование | Договор | Min = 40 дней до открытияMax = 35 дней до |
| Организация | Разрешение | Min = 30 дней до открытияMax = 20 дней до |
| Печать информационных материалов | Договор  | Min = 30 дней до открытияMax = 20 дней до |
| Реклама | Разрешение | Min = 20 дней до открытияMax = 15 дней до |
| Информационное обеспечение | Пресс-релизы и аккредитация СМИ | Min = 15 дней до открытияMax = 10 дней до |
| Аренда помещения | Договор | Min = 30 дней до открытияMax = 20 дней до |
| Реквизиты | Договор | Min = 20 дней до открытияMax = 15 дней до |
| Фиксирование расходов | Отчет | Min = 3 дня после тураMax =4 дня после |
| Отчетность | Финансовая смета | Min = 3 дня после тураMax = 5 дней после |
| Медиа-аудит |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Театральные постановки | Финансирование | Договор | Min = 50 дней до проведения мероприятияMax = 40 дней до |
| Организация | Разрешение и положение | Min = 60 дней доMax = 50 дней до |
| Информационные материалы | Договор | Min = 60 дней доMax = 50 дней до |
| Печать  | Договор | Min = 50 дней доMax = 40 дней до |
| Реклама | Разрешение | Min = 30 дней до мероприятияMax = 25 дней до |
| Аренда помещения | Договор | Min = 60 дней доMax = 50 дней до |
| Реквизиты | Договор | Min = 60 дней доMax = 50 дней до |
| Информационное обеспечение | Пресс-релизы и аккредитация СМИ | Min = 15 дней до мероприятияMax = 10 дней до |
| Отчетность | Финансовая смета | Min = 3 дня после тураMax = 5 дней после |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Конкурс на экранизацию | Организация | Разрешение и положение | Min = 50 дней до проведения мероприятияMax = 40 дней до |
| Финансирование | Договор | Min = 50 дней до проведения мероприятияMax = 40 дней до |
| Информационные материалы | Договор | Min = 30 дней до конкурсаMax = 20 дней до |
| Печать  | Договор | Min = 30 дней до конкурсаMax = 20 дней до |
| Реклама | Разрешение | Min = 20 дней до конкурсаMax = 15 дней до |
| Аренда помещения | Договор | Min = 20 дней до конкурсаMax = 15 дней до |
| Сотрудничество | Договора и соглашения | Min = 30 дней до конкурсаMax = 20 дней до |
| Реквизиты | Договор | Min = 30 дней до конкурсаMax = 20 дней до |
| Фиксирование участников | Анкетирование и анализ | Min = 20 дней до конкурсаMax = 15 дней до |
| Оценка работ | Устав | Min = 10 дней до конкурсаMax = 5 дней до |
| Договор |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Фото и видеосъемка | Организация съемок | Разрешение и согласование | Min = 30 дней до начала работMax = 20 дней до |
| Положение |
| Согласование с арендаторами | Договор | Min = 30 дней до начала работMax = 20 дней до |
| Фотографы и операторы | Договор | Min = 20 дней до начала работMax = 15 дней до |
| Аренда | Договор | Min = 30 дней до начала работMax = 20 дней до |
| Страхование | Договор | Min = 10 дней до начала работMax = 5 дней до |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Уличные литературные выставки | Организация | Разрешение | Min = 20 дней до выставкиMax = 15 дней до |
| Аренда | Договор | Min = 20 дней до выставкиMax = 15 дней до |
| Стенды | Договор о закупке | Min = 30 дней до выставкиMax = 20 дней до |
| Разрешение на установку |

13. Ожидаемые результаты

Участие не менее 1000 гродненских студентов в мероприятиях, организованных в рамках данной кампании;

стимулирование интереса к литературной истории города;

получение прибыли от коммерческой части проекта.

14. Контроль и ограничения

Сопоставление заявленных целей и полученных результатов.

По количеству участников.

Доходы от реализации туристических экскурсий (прибыль).

Контент-анализ текстов, опубликованных в СМИ. Медиа-аудит.

Социологические исследования.

Тестирование степени осведомленности (фокус-группа, опросы).

Сдерживаемые факторы (ограничения): ограничения по объему инвестиций, ограничения по срокам реализации (начало / завершение).

15. Бюджет

Предполагается административное финансирование, финансовая поддержка со стороны учреждений образования, культурно-развлекательных (общественных и коммерческих) организаций. Спонсоринг и фандрайзинг. Краудфандинг. С непосредственным участием фонда сохранения историко-культурного наследия.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Стоимость в бел. руб. |
| Бал-постановка (реквизиты, аренда помещения, реклама, оформление); организация мероприятия в молодежно-развлекательном центре «Галактика» | 20.000.000 |
| Сувенирная продукция (магниты, открытки, диски, календари, буклеты, мешочки с ароматными травами ручной работы, наклейки с логотипом проекта, галстук-бабочки, чехлы). Рекламная продукция | 20.000.000 |
| Производство и трансляция видеороликов (работа оператора, место размещения) | 3.000.000 |
| Аренда помещений музея и библиотеки | 5.000.000 |
| Радиоперекличка: эфирное время | 2.500.000 |
| Стеллажи для буккросинга (количество зависит от точек размещения ≈ 5 шт.) | 2.500.000 |
| Конкурс чтецов (приуроченный к празднованию Дня рождения Э. Ожешко): стоимость призов и сувениров (в зависимости от количества участников) | 3.000.000 |
| Конкурс ораторского искусства “Валошка”: стоимость призов и сувениров (аренда школьного помещения – бесплатно)  | 3.000.000 |
| Тематические литературные вечера, (элементы декора помещения, кейтеринг, сувенирная продукция) | 5.000.000 |
| Услуги журналистов | 5.000.000 |
| Канцелярские расходы | 3.000.000 |
| Фотоматериалы: съемка, печать, оформление | 7.000.000 |
| Конференции и семинары: материалы, приглашения, оборудование, аренда, мелкие расходы, транспорт. | 6.000.000 |
| Создание 3D-формата литературного маршрута (виртуальные экспонаты маршрута) | 6.000.000 |
| Пресс-тур по литературному маршруту | 2.000.000 |
| Операционные и непредвиденные расходы (необходимые отчисления в целевые государственные фонды), переменные затраты | 7.000.000 |
| Итог | 100.000.000 |

Возможность получения средств (бел. руб.)

|  |  |
| --- | --- |
| Первоначальный капитал: накопления инициаторов проекта | 700.000 —1.000.000 |
| Финансовая поддержка от участников проекта «Живая история» (Гродно) | 10.000.000 |
| Финансовое участие от факультета истории, коммуникации и туризма ГрГУ им. Я. Купалы | 1.000.000 |
| Поддержка участников студенческой театрально-поэтической студии университета | 1.000.000 |
| Франчайзинг. Краудфандинг | 7.000.000 — 10.000.000 |
| Доходы от операционной деятельности |
| Продажа билетов на стартовое мероприятие проекта (инсценированный бал) | 7.000.000 |
| Спонсоринг | 5.000.000 — 7.000.000 |
| Доходы от туристических туров | 4.000.000 |
| Прибыль от продажи сувенирной продукции | 10.000.000 |
| Значительная часть мероприятий – инициатива, безвозмездное участие, обязательное участие, двустороннее сотрудничество. |

16. Расписание стартового мероприятия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| КТО | ЧТО | КОГДА | СКОЛЬКО, бел. руб | СТАТУС |
| Организаторы проекта | Сувенирная продукция (необходимо разрешение на распространение) | Распространяется до, во время и после мероприятия | 150 -200 единиц = 2 500 000 на изготовление | Макеты и образцы ГОТОВЫ |
| Инициативные студенты, организаторы проекта, профессионалы | Сценарий | К дате постановки |  | *Разработка* |
| Инициативные студенты, организаторы | Ведущие, координаторы и модераторы проекта | До и во время постановки | б/п | Поиск и сотрудничество |
| Организаторы проекта | Реклама в социальных сетях | Не менее чем за месяц до реализации | б/п | Активизирована социальная группа в ВК |
| Организаторы проекта | Видео-реклама о проекте | Распространение нее менее, чем за месяц до постановки | Трансляция в кафе и МЦ | ВИДЕО ГОТОВО |
| Организаторы проекта | Видео-реклама о постановке | Трансляция – не менее, чем за две недели | Трансляция | Сценарий видео ГОТОВ |
| Организаторы проекта | Афишы, персональные приглашения (м/б растяжки) и разрешение на распространение | Не менее, чем за неделю до реализации | = 500 000 | МАКЕТЫ ГОТОВЫ |
| Организаторы проекта | Поиск и аренда помещения для проведения мероприятия (+ разрешение) | За 60 дней до постановки | Вариант бесплатного пользования помещения университета | *Поиск,* *нужна предварительная договоренность*  |
| Организаторы, сотрудники театра | Реквизиты для постановки | Репетиции и постановка | м/б бесплатно либо в аренду |  |
| Организаторы проекта, преподаватели университета | Рейтинг | К дате проведения мероприятия + публикация в местных СМИ | Затраты на распечатку. Размер – А4 (качественная печать) | *Разработка* |
| Организаторы, участники, аудитория мероприятия | ТОП-лист писателей | Во время (!) мероприятия (до начала) | Лист А0 / интерактивная доска = 200 | Во время мероприятия |
| Актеры | Мастер-классы | После театрализованного представления  | Сотрудничество | *Поиск участников.* Задействуются во время мероприятия |