**Изображение выглядит как текст, Шрифт, типография, каллиграфия

Автоматически созданное описание**

**Задача для конкурса студенческих команд «Лучник Future»**

**№2**

**Разработка необычной медиастратегии для качественного повышения медиаиндекса без репутационных потерь. Поиск и создание информационного повода**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **О ПРОЕКТЕ** | Государственный Эрмитаж осуществляет информационное сотрудничество со средствами массовой информации в России и за её пределами. С музеем взаимодействуют информационные агентства, телевизионные каналы, радиостанции, а также печатные и электронные СМИ. В настоящее время Государственный Эрмитаж предоставляет СМИ широкий доступ к информации о разных сторонах деятельности музея, используя различные каналы коммуникации. | |
| **ЦЕЛЬ** | Используя креативный подход, увеличить медиаиндекс музея без репутационных потерь и соблюдая музейную этику. По возможности, не использовать личный бренд директора Эрмитажа или тематику музейных котов. Приветствуются нестандартные и смелые решения в рамках общей информационной кампании музея | |
| **ЗАДАЧА** | Предложить оригинальную кампанию, направленную на повышение количества публикаций, упоминаний Государственного Эрмитажа в прессе и социальных сетях. Медиастратегия может быть направлена на продвижение выставочной, научной, реставрационной, хранительской, образовательной деятельности музея, а также выставочных центров Государственного Эрмитажа в других городах. Кампания должна вызывать дискуссию и отклик в прессе без репутационных потерь. В рамках кампании предполагается возможное создание специально информационного повода, способствующего повышению медиаиндекса. | |
| **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ** | * средства массовой информации, интернет-порталы и платформы, освещающие события сферы культуры, блогеры. * пользователи социальных сетей, посетители музея | |
| **ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ** | * разработанная эффективная PR стратегия, позволяющая поднять показатели медиаиндекса (на примере конкретной идеи или события, с указанием способов подачи информации, временных рамок и географии охвата). * анализ эффективности действующей PR-стратегии музея и на основе этого анализа составить предложения, что можно было бы улучшить, используя новые инструменты и креативные способы продвижения в медиапространстве. * PR-план для Эрмитажа, направленный на увеличение общего числа количества публикаций о музее в СМИ, учитывая влиятельность цитирующих ресурсов и рост числа упоминаний Эрмитажа в медиапространстве. * список, какие еще каналы коммуникации можно задействовать. * готовые предложения по позиционированию бренда музея. | |
| **БЮДЖЕТ** | РАССЧИТЫВАЕТСЯ АВТОРАМИ ПРОЕКТА | |
| **О ГОСУДАРСТВЕННОМ ЭРМИТАЖЕ** | | Государственный Эрмитаж– один из крупнейших энциклопедических музеев. Входит в топ-10 самых посещаемых художественных музеев мира.  Эрмитаж – это не только Зимний дворец и комплекс, прилегающих к нему зданий, но и Восточное крыло Главного штаба, Дворец Меншикова, Музей Императорского фарфорового завода, Зимний дворец Петра I и Реставрационно-хранительский центр «Старая Деревня» – более 500 экспозиционных залов общей площадью 100 000 квадратных метров.  Сейчас музей хранит свыше 3 000 000 памятников культуры и искусства. Это богатейшие коллекции живописи, графики, скульптуры и произведений прикладного искусства, археологические и нумизматические материалы.  Главные направления деятельности Эрмитажа: научная и реставрационная работа с музейными коллекциями, проведение выставок и конференций, издание книг и каталогов, археологические раскопки, а также разнообразные просветительские и инклюзивные проекты.  В настоящее время Государственный Эрмитаж реализует программу развития «Большой Эрмитаж», важная цель которой – сделать уникальную коллекцию музея еще доступнее. Это создание новых выставочных пространств, открытие центров-спутников в России и за рубежом, а также новые формы общения с посетителями онлайн, взаимодействие со СМИ.  Кроме того, музей регулярно проводит Дни Эрмитажа: в 2023 году они прошли в 13 городах России. Программа мероприятий всегда уникальна и, помимо выставок, включает в себя лекции и встречи, кинопоказы и мастер-классы, общение со специалистами и обмен опытом. | |

|  |  |
| --- | --- |
| ***Контакты для уточнения информации:*** | *Эбертс Ольга Николаевна, начальник Отдела Информационных проектов.*  *Государственный Эрмитаж Россия, 190000, Санкт-Петербург, Дворцовая набережная, 34*  *тел. +7 (812) 315-77-22*  [*pr@hermitage.ru*](mailto:pr@hermitage.ru) |