

**Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
города Новосибирска
«Средняя общеобразовательная школа № 129 имени трижды Героя
Советского Союза А. И. Покрышкина»**

Культурное пространство «6 путей»

Авторы проекта:

Смагина Олеся Александровна

Иванкова Ольга Николаевна

Музыка Полина Вячеславовна

Садовиков Владислав Дмитриевич

Семькина Арина Александровна

обучающиеся 10 «А» класса

МБОУ СОШ № 129

Консультант проекта:

Гаврилюк Станислав Сергеевич

учитель истории и обществознания

первой квалификационной категории

Оглавление

Актуальность проекта «6 путей».....	3
Анализ целевой аудитории	4
Подбор персонала	5
Маркетинговая стратегия.....	5
Анализ затрат на развитие проекта	7
Примерный расчёт прибыли	8
Примерный график и расписание работы лектория	9
SWOT-анализ проекта	10
Список источников и литературы:	11
Приложения	12

Актуальность проекта «6 путей»

Новосибирск - быстроразвивающийся город, дающий почву для личного прогресса каждого жителя. Новосибирск - точка роста для молодежи, которая составляет 21% от числа всего населения города. Высшие учебные заведения, различные волонтерские и студенческие организации позволяют развиваться. Но для того, чтобы встать на ступень развития, необходимо пройти через стадию определения. Это важный этап познания себя, рассмотрения своих слабых и сильных сторон, распознавания собственного “Я”. Только после этой стадии, человек определяет свои интересы и осознает в каких сферах он хотел бы развиваться.

Многие школьники во время учебного процесса сталкиваются с важной проблемой - проблемой выбором профессии. Ведь выбор будущей профессии - очень важное решение, от которого зависит будущее обучение и сфера рабочей деятельности. В этом важном деле школьнику помогают различные профориентационные курсы и тесты. Но и они не несут большой пользы для выбора профессии из-за отсутствия живого общения и практики. Это отталкивает школьников от процесса профориентации и выбора востребованных профессий, ставит в тупик и тормозит личностное развитие¹. Проведя опрос среди обучающихся выпускных классов своего образовательного учреждения (9,11 классы) и проанализировав его результаты, мы пришли к выводу, что проблема профориентации достаточно актуальна на сегодняшний день [Приложение 1]. Всего в опросе поучаствовало 87 человек.

Создание пространства для профориентации - лучшее решение для проблемы выбора профессии, так как беседа с реальными людьми — это то, чего не хватает в системе профориентации. Каждый школьник нашего города нуждается в свободном культурном пространстве, находящимся в шаговой доступности, где можно не только почитать книгу и поучиться, но и послушать профориентационные лекции представителей различных отраслей. Человек легче и быстрее становится успешным в своей деятельности, если она соответствует его личностным особенностям, характеру и интересам². В нашем культурном пространстве будут предложены 6 различных направлений личностного развития, отсюда и название проекта – «6 путей».

Лекторы, также как и школьники, будут получать от пространства свою пользу - опыт и заработок, благодаря перспективному партнеру - проекту “Другое дело”³. Проект “Другое дело” развивает социальную активность населения, с помощью заданий, улучшающих жизнь окружающих. Выполнение заданий поощряется начислением баллов на данной площадке, которые можно обменять на ценные призы. Благодаря сотрудничеству с проектом “Другое

¹ Ярлыкова О.В., Ряузова Д.А. Специфика профориентации подростков // Профессиональная ориентация. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-proforientatsii-podrostkov> (дата обращения: 03.04.2022).

² Савкина А.В., Черкасова Т.В., Тимофеев А.А. Новый подход в определении будущей профессии выпускников школ // ОТО. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-podhod-v-opredelenii-buduschey-professii-vypusknikov-shkol> (дата обращения: 03.04.2022).

³ Сайт проекта «Другое дело» URL: <https://drugoedelo.ru/>

дело” мы заинтересуем специалистов на проведение профориентационных лекций в нашем культурном пространстве и поднимем уровень социальной активности.

Где же можно организовать данное пространство в нашем городе? Изучив урбанистику Новосибирска, можно понять, что большая часть лофт-пространств и коворкингов расположены на правом берегу города. Расположение профориентационного пространства на левом берегу будет удобным для жителей левого берега, а также студентам и специалистам из университетов левого берега - НГТУ, СибУПК, СГГА и многих колледжей.

Реализация данного проекта решит важные социальные проблемы - проблему профориентации и низкого уровня социальной активности. Благодаря проекту, ученики смогут определиться с выбором профессии и встать на путь профессионального развития.

Культурное пространство идея не уникальная и давно реализованная.

Но почему же на наш проект стоит обратить внимание?

Во-первых, проанализировав заведения Новосибирска, мы не заметили ни одного подобного на левом берегу нашего города, в шаговой доступности для жителей левого берега. Как минимум поэтому наш проект будет востребован.

Во-вторых, наш проект – это не обычное культурное пространство или лофт. Наше заведение будет иметь познавательную функцию, а именно – помощь в профориентации. Профориентация среди молодежи сейчас одна из самых колких тем. Кто как не мы поможем молодежи справиться с этой проблемой.

В-третьих, мы будем приглашать молодых неопытных специалистов для проведения различных лекций. Для таких специалистов выгодны такие мероприятия, так как они приобретают опыт, а посетителям выгодны такие мероприятия, так как они приобретают полезную информацию и новые знания.

Также, наш проект будет направлен на развитие функциональной грамотности в разных направлениях, что сегодня является одним из главных трендов образования.

Анализ целевой аудитории

Профориентация в современном школьном мире частое явление. На этот счет проводятся специальные уроки, классные часы, ученики по желанию посещают дни открытых дверей в колледжах и университетах. Чаще всего данные мероприятия проводятся учителями/профессорами, которые прошли через систему поступления достаточно давно, а это значит, что полученные знания будут отчасти неактуальны. Кто же в таком случае может донести актуальную информацию?

Наиболее актуально о проблеме выбора профессии могут рассказать те, кто недавно столкнулся с ней – студенты. В наше профориентационное пространство будут приглашаться студенты старших курсов, магистранты, которые имеют желание рассказать о своей

профессии. Нахождение в студенческом потоке в реальном времени делает получаемую информацию бесприкрытой.

Главным посетителем нашего заявления безусловно будет являться подросток. Он уже вроде и не ребенок, но еще и не до конца взрослый человек, поэтому необходимо понять, что ему нужна помощь в определении области профессии⁴. По большей части, подростку требуется лишь толчок. Толчок в изучении себя, своих навыков, потребностей рынка. Именно это он и может получить, посещая лекции нашего культурного пространства.

Недостаточная информированность родителей подростков также влияет на определение профессионального направления. В современном мире появляются новые профессии, информацию о которых родители не могут предоставить. Кроме того, система зачисления в ВУЗ или колледж значительно поменялась с момента их учебы. Поддержать своего ребенка в принятии профессионального решения очень важно, но главное сделать это правильно.

Лекториум нашего профориентационного пространства способен удовлетворить потребности подростков и их родителей, что ищут информацию о современном рынке труда и студентов, что готовы заявить о себе, помочь и самим же получить денежную выгоду.

Подбор персонала

Мы будем осуществлять поиск персонала на основе шести направлений профориентационной деятельности, т.е. набор будет осуществляться на каждую из сфер среди студентов или выпускников, которые хотят проявить себя. Но, мы берём не просто студентов и выпускников, а тех, кто имеет опыт коммуникации с людьми на профессиональном уровне не менее 1 года. Также будет учитываться их успеваемость на момент трудоустройства

Маркетинговая стратегия

Продвижение любой компании или фирмы качественно влияет на её успех и окупаемость. Можно выделить две цели от использования способов продвижения:

1. Осуществление продаж и их увеличение.
2. Узнаваемость и общественный авторитет.

Для нашего молодежного открытого пространства можно выделить наиболее результативную и актуальную сферу продвижения – социальные сети и сеть Интернет.

⁴ Савкина Н.Г., Маслеха И.Н. Проблемы профориентации старшеклассников в школе // Тюменский государственный университет // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-proforientatsii-starsheklassnikov-v-shkole/viewer> (дата обращения 27.03.2022)

Преобладающей частью целевой аудитории остаются школьники, абитуриенты, выпускники старших курсов университетов, которых по статистике в сети Интернет ежедневно насчитывается в среднем около 96 %⁵. Можем сделать вывод, что именно в виртуальном мире у нас получится зацепить внимание наших будущих посетителей и персонала.

В первую очередь мы нацелены на создание сообщества в популярной сети «ВКонтакте». На 2019 год социальной сетью пользовались 53,9% населения НСО⁶. А с каждым годом данный показатель только растет!

На странице сообщества «6 путей» мы будем выкладывать контент, подходящий тематике нашего проекта. Его регулярность и качественность уже начнет «работать» на наш авторитет.

Следующим шагом будет размещение объявлений в новостных сообществах города об открытии данного молодежного пространства на левом берегу. За счет этого ЦА нужного района и всего города в целом смогут узнать о нас и ознакомиться с нашей образовательной базой.

Одним из применяемых способов продвижения будет являться ретаргетинг. С помощью данной функции приложения, рекламные объявления чаще отображаются у той аудитории, которая уже знакома с товарами компании. При правильном использовании ретаргетинга можно значительно повысить процент конверсии⁷ размещаемых объявлений⁸.

Когда на странице сообщества «6 путей» будет набран минимальный порог подписчиков (чаще всего это 100 пользователей), мы можем проводить взаимные прямые эфиры, взаимный постинг постов с теми сообществами, которые близки по тематике нашему лофту. Данные действия приведут к взаимнообмену аудиторией, которая уже знакома с профориентационной/образовательной тематикой на левом берегу нашего города.

Следующей потенциальной площадкой для размещения рекламы может стать «Яндекс.Дзен». Данная платформа специализируется на публикации научного, образовательного и познавательного контента. Статьи культурного пространства «6 путей» о профориентации подростков будут набирать популярность, за счет чего к нашей клиентской базе добавятся люди с других городов, но это будет уже другая история развития нашего проекта.

⁵ Аудитория интернета в России в 2020 году // URL : <https://mediascope.net/news/1250827/#:~:text=%D0%92> (дата обращения 27.03.2022)

⁶ Аналитический отчет по результатам проведения социологического исследования: аудитория средств массовой информации города Новосибирска (октябрь, 2019 год) // URL : <https://novo-sibirsk.ru/news/232683/> (дата обращения 28.03.2022)

⁷ Коэффициент конверсии — это процент пользователей, которые совершили целевое действие относительно общего количества пользователей на рассматриваемом этапе воронки.

⁸ Ганеев Р.А. Классификация методов продвижения «ВКонтакте» // Южно Уральский государственный университет г. Челябинск. УДК:338.46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-metodov-prodvizheniya-vkontakte/viewer> (дата обращения 14.03.2021)

Кроме онлайн продвижения нашей компании, мы также будем использовать методы местной рекламы. Первостепенной затратой станет покупка баннера. Грамотно выполненный дизайн, большие размеры и выгодное местоположение заставит людей заинтересоваться нашим проектом.

Так как целевая аудитория проекта — это подростки, то стоит посещать школы левого берега города Новосибирска и раздавать ученикам старших классов листовки со всей информацией об образовательной программе. По нашему мнению, для извлечения наибольшей результативности необходимо осуществлять этот метод несколько раз в течении учебного года. Для баннера и листовок мы разработали несколько вариантов логотипа проекта [Приложение 2].

Проведение бесплатных акций, мастер – классов, открытых уроков поспособствует приобретению открытой клиентской базы, будет сформирован общественный авторитет и статус компании.

Выполняя данные действия по продвижению культурного пространства «Шесть путей», наша компания сможет найти клиентов в первые полгода после официального открытия.

Анализ затрат на развитие проекта

Постоянные затраты

ТИП	АРЕНДА\СТОИМОСТЬ	1 ГОД	5 ЛЕТ
Офис (А), 72 м ² в бизнес-центре «на ул. Станционная, 60/10» Новосибирская область, Новосибирск, р-н Ленинский, Станционная ул., 60/10 [Приложение 3]	68 970 РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ	827 640 рублей	4 138 200 рублей

Зарплата лекторам	120 000 в месяц	1.440.000	7.200.000
Канцелярия(пишущие принадлежности, бумага для принтера)	Примерно 2000 рублей в месяц	24 000 рублей	120 000 рублей

Единовременные затраты

Тип	Количество в штуках	Стоимость одной штуки в рублях	Сумма в рублях
Стул Eames	20	2500	50000
Стол для переговоров Onix Metal-O	3	16 627	49881
Складной проектр для домашнего кинотеатра(тканевый экран) AliExpress	1	2900	2900
Проектор для дома Salange J15 Pro AliExpress	1	3915	3915
Стеллаж Лофт белый Hoff	1	4199	4199
Принтер струйный HP МФУ DeskJet 2320	1	9672	9672
			Итого = 120.567

Примерный расчёт прибыли

- Всего 12 групп.
- В одной группе 20 человек.
- Всего 240 человек.
- Абонемент на одного человека на месяц стоит 1000 рублей.

Тип	Заработок за 1 месяц	1 год	5 лет
Общий доход	240.000	2.880.000	14.400.000
После выдачи зп лекторам (50% от абонемента)	120.000	1.440.000	7.200.000
После уплаты аренды	51.030	612.360	3.061.800
После покупки канцелярии	49.030	588.360	2.941.800

Примерный график и расписание работы лектория

1 месяц(расписание основных занятий)

		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота
1 <i>неделя</i>	1 <i>половина</i> <i>дня</i>	IT	экономика	медицина	образование	культура	Инженерия
	2 <i>половина</i> <i>дня</i>	Инженерия	IT	экономика	медицина	образование	культура
2 <i>неделя</i>	1 <i>половина</i> <i>дня</i>	IT	экономика	медицина	образование	культура	Инженерия
	2 <i>половина</i> <i>дня</i>	Инженерия	IT	экономика	медицина	образование	культура
3 <i>неделя</i>	1 <i>половина</i> <i>дня</i>	IT	экономика	медицина	образование	культура	Инженерия
	2 <i>половина</i> <i>дня</i>	Инженерия	IT	экономика	медицина	образование	культура

4 <i>неделя</i>	1 <i>половина</i> <i>дня</i>	IT	экономика	медицина	образование	культура	Инженерия
	2 <i>половина</i> <i>дня</i>	Инженерия	IT	экономика	медицина	образование	культура

Расписание работы					
	Открытие	1 поток	Посещение	2 поток	Закрытие
ПН-СБ	8:00	9-12:00	12:30-16:00	16:00-19:00	20:00
ВС(родительский день каждую четную неделю)	10:00	10-12:00	12:30-17:00	-	17:00
ВС(каждую нечетную неделю)	10:00		10:00-17:00		17:00

SWOT-анализ проекта

Преимущества	Недостатки	Возможности	Риски, Трудности
Удобное географическое расположение	Нет возможности посещать курсы заочно	Сотрудничество с платформой «Другое дело»	Низкая заинтересованность целевой аудитории
Общедоступность	Отсутствие сотрудничества с вузами	Перспектива открытия еще одного филиала	Незаинтересованность лекторов
Недорогая цена абонементов		В будущем шанс открыть кофейню и эко станцию	

Подготовка к сдаче основных экзаменов, помощь с домашними заданиями		Наличие государственных программ	
---	--	----------------------------------	--

Список источников и литературы:

1. Аудитория интернета в России в 2020 году // URL : <https://mediascope.net/news/1250827/#:~:text=%D0%92> (дата обращения 27.03.2022)
2. Аналитический отчет по результатам проведения социологического исследования: аудитория средств массовой информации города Новосибирска (октябрь, 2019 год) // URL : <https://novo-sibirsk.ru/news/232683/> (дата обращения 28.03.2022)
3. Ганеев Р.А. Классификация методов продвижения «Вконтакте» // Южно Уральский государственный университет г. Челябинск. УДК:338.46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-metodov-prodvizheniya-vkontakte/viewer> (дата обращения 14.03.2021)
4. Савкина Н.Г., Маслѐха И.Н. Проблемы профориентации старшеклассников в школе // Тюменский государственный университет // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-proforientatsii-starsheklassnikov-v-shkole/viewer> (дата обращения 27.03.2022)
5. Савкина А.В., Черкасова Т.В., Тимофеев А.А. Новый подход в определении будущей профессии выпускников школ // ОТО. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyuy-podhod-v-opredelenii-buduschey-professii-vypusknikov-shkol> (дата обращения: 03.04.2022).
6. Сайт проекта «Другое дело» URL: <https://drugoedelo.ru/>
7. Ярлыкова О.В., Ряузова Д.А. Специфика профориентации подростков // Профессиональная ориентация. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-proforientatsii-podrostkov> (дата обращения: 03.04.2022).

Приложения

Приложение 1. Результаты опроса обучающихся выпускных классов МБОУ СОШ № 129.



Приложение 2. Варианты логотипа культурного пространства «6 путей».



