



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

А.А. Лукьянова

2025 г.

ПАСПОРТ ПРОЕКТА

«Медиаимидж Красноярска в динамике к 400-летию города: анализ публикаций 2022-2025 гг.»
(наименование проекта)

I. Общая информация о проекте:

1. Инициатор проекта (ФИО, должность)	Пискорская Светлана Юрьевна, директор института социального инжиниринга Тел: (391) 2919286 e-mail: gf@sibsau.ru
2. Описание проблемы, на решение которой направлен проект	В преддверии 400-летия Красноярска важно исследовать, как в средствах массовой информации и социальных сетях отражаются изменения в городской социальной среде, историческом наследии и культурной идентичности. Проект направлен на выявление динамики медиаимиджа города и его восприятия жителями и внешними аудиториями.
3. Цель проекта	Изучение факторов, формирующих медиаимидж города Красноярска к его 400-летию в 2028 году, через анализ публикаций средств массовой информации, включая социальные сети, в динамике по периодам с 2022 по 2025 годы.
4. Задачи проекта	Анализ публикаций средств массовой информации, включая социальные сети, в аспекте подготовки к 400-летию города Красноярска. Сравнение состояния имиджа города по медиапубликациям в динамике. Характеристика отражения изменений в городской социальной проблематике в медиа. Проведение срезов-замеров общественного мнения по поводу имиджа города Красноярска во внутренних городских аудиториях.
5. Результаты реализации проекта: Образовательный результат	ОПК-4. Способен планировать и организовать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия. ПК-8. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. ПК-9 Способен проводить маркетинговые исследования ПК-10. Способен организовывать и проводить социологические исследования.
Проектный результат	Результаты проекта будут полезны для органов местного самоуправления, медиааналитиков, специалистов по PR и маркетингу, а также для образовательных и научных организаций, изучающих социальные процессы и городской имидж.
Личностный результат	Проект предполагает систематический анализ медиапубликаций о Красноярске за период с 2022 по 2027 годы. Участники будут использовать методы контент-анализа, медиамониторинга и социологических опросов. На основе полученных данных создаётся аналитический отчет и раз-

	рабатываются предложения для формирования позитивного имиджа города.
6. Краткое содержание проекта	Проект предполагает систематический анализ медиапубликаций о Красноярске за период с 2022 по 2027 годы. Будут использованы методы контент-анализа, медиамониторинга и социологических опросов. На основе полученных данных планируется создать аналитический отчет и предложения для формирования позитивного имиджа города.
7. Сроки реализации проекта	10 ноября 2025 г. – 25 марта 2026 г.
8. Календарный план / этапы реализации проекта	1. Формирование команды проекта (10.11.2025 – 15.11.2025); 2. Разработка концепции (15.11.2025 – 20.11.2025); 3. Определение базы медиа для исследования (20.11.2025 – 30.11.2025); 4. Проведение аналитической работы (30.11.2025 – 20.02.2026); 5. Подготовка справки по итогам (21.02.2026 – 22.03.2026), защита проекта (25.03.2026).
9. Ресурсное обеспечение	технические средства обучения: персональный компьютер (ноутбук), микрофоны, мультимедийный проектор, экран
10. Затраты на выполнение проекта, источник финансирования	Отсутствуют
11. Критерии оценки результатов проекта • Образовательный результат • Проектный результат • Личностный результат	Осуществляется в соответствии с ФОС рабочих программ дисциплин: Пресс-служба, Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью), Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью. Студент-участник проекта: Знает приемы планирования создания коммуникационных кампаний и мероприятий. Умеет использовать приемы и формы организации коммуникационных кампаний и мероприятий, контролировать их. Владеет приемами достижения положительных результатов организуемых мероприятий. Знает методики анализа рынка (рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент). Умеет осуществлять сбор, обработку и анализ полученных данных. Знает типологию потребительских групп и аудиторий, социальную стратификацию, основы сегментирования общественного мнения. Умеет использовать мнения групп потребителей (историко-культурных, политических, экономических, демографических, образовательных) для воздействия. Владеет приемами проведения анкетирования и выявления мнения потребителей. Подготовлен аналитический отчет с динамическим анализом медиа-имиджа города с 2022 по 2025 гг. Сформулированы предложения по формированию и коррекции имиджа Красноярска к 400-летию. Подготовлены научные публикации, выступления на конференциях. Развиты навыки работы в команде и реализации личной командной роли, коммуникативные и творческие навыки, сформированы навыки работы с концепцией ивента, навыки работы по подготовке содержательной части и сопровождающих информационных текстов
12. Форма представления проектного результата (вид отчетных материалов проек-	Аналитический отчет с динамическим анализом медиаимиджа города за 2022-2025 гг. Предложения по формированию и коррекции имиджа Красноярска к

та)	400-летию. Презентация с основными выводами и данными по проекту. – Научные статьи в журналах (1 — ВАК, 4 — РИНЦ). Систематизированная база данных медиапубликаций по теме 400-летия Красноярск. Сравнительный анализ динамики формирования медиаимиджа за период 2022–2025 гг. Аналитический отчет по результатам опросов внутренней городской аудитории. Практические предложения по улучшению и коррекции медиаимиджа города. Научные публикации (15 тезисов и статей в сборниках трудов, журналах). Выступления на научно-практических конференциях (15 выступлений).
13. Наименование дисциплин, в рамках которых учитывается образовательный результат проекта	Пресс-служба — экзамен, Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) — экзамен, Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью — зачёт

II. Участники проекта:

Роль в проекте	Количество вакантных мест	Функции участника проекта	ОПОП, на которых обучаются	Трудоемкость проекта для участника (з.е.)
Координатор проекта	1	Устанавливает и поддерживает контакты, обеспечивающие эффективную работу в команде. Применяет основные методы и приемы взаимодействия для реализации своей роли внутри команды. Разрабатывает концепцию проекта. Подготавливает отчетную документацию по проекту	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	3
Исследователь	10	Определяет базу данных целевых медиа. Изучает контент традиционных и новых медиа, включая интенции. Выявляет тенденции в медиа за наблюдаемый период.	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	3
Аналитик	5	Подготавливает аналитические материалы. Готовит справку о динамике медиаимиджа Красноярск за период с 2022 по 2025 гг.	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	3

Инициатор проекта _____ (С.Ю. Пискорская, директор ИСИ)

Руководитель проекта _____ (А. В. Михайлов, заведующий кафедрой ОС, доцент)

СОГЛАСОВАНО:

Директор ИСИ _____ (С.Ю. Пискорская)

Ответственный за проектную деятельность института _____ (С.В. Ускова)

Директор ИППТ _____ (М.В. Сафронов)

« 29 » 10 2025 г.