

УТВЕРЖДАЮ

Директор по образовательной деятельности

А.А. Лукьянова

20\_\_ г.



### ПАСПОРТ ПРОЕКТА

«АкваСиб» - разработка проекта туристического в Сибири крытого, круглогодичного водно-развлекательного комплекса в г. Красноярск с уникальной программой «Цифровое погружение»

#### I. Общая информация о проекте:

1. Инициатор проекта (ФИО, должность)	Девятков Александр Валерьевич, зам. руководителя РЦК , 8 (391) 532-98-17, devyatkov@mb24.ru
2. Описание проблемы, на решение которой направлен проект	Отсутствие уникального туристического объекта уровня аквапарка ограничивает потенциал внутреннего туризма и снижает конкурентоспособность региона
3. Цель проекта	Разработать комплексный проект, включающий организационно-экономическое и маркетинговое обоснование создания крытого тематического аквапарка «АкваСиб» в г. Красноярск с уникальной программой «Цифровое погружение»
4. Задачи проекта	1. Провести комплексный анализ рынка и целевой аудитории Красноярска. 2. Разработать детальную концепцию инновационных архитектурных объектов «АкваСиб» основе современных технологий «Цифровое погружение» 3. Провести стратегический и риск-анализ проекта. 4. Создать инновационную маркетинговую программу с цифровой экосистемой, геймификацией и событийной концепцией. 5. Разработать пакет проектной документации для потенциальных инвесторов.
5. Результаты реализации проекта: <ul style="list-style-type: none"><li>Образовательный результат</li></ul>	Способен осуществлять подготовку к проведению стратегического и маркетингового исследования (ПК-8). Способен проводить исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга (ПК-9). Способен проводить исследование поведения пользователей в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» (ПК-15)
<ul style="list-style-type: none"><li>Проектный результат</li></ul>	Аналитический отчет, включающий практические разработки проекта, его организационно-экономическое и маркетинговое обоснование на основе создания крытого тематического аквапарка «АкваСиб» в г. Красноярск с уникальной программой «Цифровое погружение»
<ul style="list-style-type: none"><li>Личностный результат</li></ul>	Умение анализировать большие объемы информации, выделять ключевые факторы и делать обоснованные выводы. Способность оценивать достоверность данных, особенно в контексте пользовательского контента и рекламы в социальных сетях. Поиск, обработка и интерпретация данных из различных источников (академические статьи, статистика, кейсы компаний). Умение работать с аналитическими инструментами (Google Analytics, социальные медиа-метрики). Умение четко и структурированно излагать свои мысли как в письменной, так и в устной форме (презентации, защита проекта). Способность эффективно взаимодействовать с другими участниками

	проекта, распределять задачи и учитывать мнения коллег. Развитие навыков лидерства и ответственности за свою часть работы. Способность работать в условиях ограниченного времени и ресурсов. Понимание особенностей работы социальных сетей, алгоритмов и инструментов цифрового маркетинга.
6. Краткое содержание проекта	Сбор информации и комплексный анализ рынка и целевой аудитории Красноярска. Разработка концепции инновационных архитектурных объектов «АкваСиб» основе современных технологий «Цифровое погружение». Проведение стратегического и риск-анализа проекта. Создание инновационной маркетинговой программы с цифровой экосистемой, геймификацией и событийной концепцией. Разработка пакета проектной документации для потенциальных инвесторов.
7. Сроки реализации проекта	25.02.2026 – 26.05.2026
8. Календарный план / этапы реализации проекта	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение комплексного анализа рынка и целевой аудитории г.Красноярска. (25.02-2026-01.03.2026)</li> <li>2. Разработка концепции инновационных архитектурных объектов «АкваСиб» основе современных технологий «Цифровое погружение» .(02.03.2025-15.03.2025)</li> <li>3. Проведение стратегического и риск-анализа проекта. (16.03.2026-05.04.2026)</li> <li>4. Создание инновационной маркетинговой программы с цифровой экосистемой, геймификацией и событийной концепцией. (16.03.2026-05.04.2026)</li> <li>5. Разработать пакет проектной документации для потенциальных инвесторов. (06.04.2026 – 04.05.2026)</li> <li>6. Подготовка отчета с выводами и предложениями.(05.05.2026 – 19.05.2026)</li> <li>7. Презентация результатов.( 20.05.2026-26.05.2026)</li> </ol>
9. Ресурсное обеспечение	<p>Источники информации:</p> <p>Нормативно-правовые акты; Материалы печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка, иные информационные материалы, размещенные в свободном доступе в сети интернет; научные публикации, размещенные в свободном доступе в сети интернет; информационные материалы органов государственной и муниципальной власти; Базы данных Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС); материалы аналитических, маркетинговых и консалтинговых компаний, размещенные в свободном доступе в сети интернет;</p>
10. Затраты на выполнение проекта, источник финансирования	не требует финансирования
11. Критерии оценки результатов проекта	<p>Способность осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования (ПК-8).</p> <p>Способность проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга (ПК-9).</p> <p>Способность проводить исследование поведения пользователей в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» (ПК-15)</p> <p>Полнота и глубина исследования. Наличие выводов. Использование количественных данных при выполнении (пп.1-</p>

	<p>3) Использование результатов, полученных в пп. 1-2 при разработке рекомендаций по улучшению контента, взаимодействию с аудиторией (п. 3) Использование самостоятельно найденной информации, степень обоснования ее релевантности. (п.4) Детализация отдельных мероприятий (п. 5-6)</p> <p>Умение анализировать большие объемы информации, выделять ключевые факторы и делать обоснованные выводы. Способность оценивать достоверность данных, особенно в контексте пользовательского контента и рекламы в социальных сетях. Поиск, обработка и интерпретация данных, умение работать с аналитическими инструментами. Умение четко и структурированно излагать свои мысли как в письменной, так и в устной форме. Способность эффективно взаимодействовать с другими участниками проекта, распределять задачи и учитывать мнения коллег. Развитие навыков лидерства и ответственности за свою часть работы. Способность работать в условиях ограниченного времени и ресурсов. Понимание особенностей работы социальных сетей, алгоритмов и инструментов цифрового маркетинга.</p>
<p>12. Форма представления проектного результата (вид отчетных материалов проекта)</p>	<p>Отчет а) Общий объем машинописного текста 12 шрифтом TimesNewRoman 1,5 интервал не менее 25 страниц машинописного текста формата А4, выполненного в текстовом редакторе Microsoft Word, в формате pdf. Межстрочный интервал может быть уменьшен по усмотрению Исполнителя. б) Исследование предоставляется на электронном носителе в форматах Word и Pdf и в 1 распечатанном экземпляре.</p>
<p>13. Наименование дисциплин, в рамках которых учитывается образовательный результат проекта</p>	<p>Поведение потребителей в цифровой среде</p>

**II. Участники проекта:**

Роль в проекте	Количество вакантных мест		ОПОП, на которых обучаются	Трудоемкость проекта для участника (з.е.)
Руководитель группы	1	<p>Организация и координация работы команды. Постановка целей и задач проекта. Контроль выполнения этапов проекта и соблюдения сроков. Взаимодействие с представителями фабрики и другими заинтересованными сторонами. Подготовка итогового отчета и презентации результатов.</p>	<p>38.03.02 <i>Менеджмент Маркетинг цифрового бизнеса</i></p> <p>38.03.02 <i>Менеджмент Международный менеджмент</i></p>	1 з.е.
Маркетолог исследователь	2	<p>Сбор и анализ данных о деятельности фабрики в социальных сетях.  Изучение поведения целевой аудитории (родители, дети, педагоги).</p>		0,5

Маркетолог аналитик	2	Проведение SWOT-анализа текущей стратегии фабрики. Подготовка аналитических отчетов и выводов.	0,5
Специалист по маркетингу цифровой трансформации	2	Анализ контента фабрики в социальных сетях Исследование конкурентов и их стратегий в работе с МСБ. Разработка рекомендаций Предложения по взаимодействию. Разработка стратегии цифровизации бизнеса, Определение ключевые технологии и подходы	0,5
Аналитик	2	Разработка вариантов стратегий. Проведение анализа конкурентов	0,5

Инициатор проекта

АНО "Красноярский краевой центр развития бизнеса"

Заместитель руководителя РЦК



 (А.В. Девятков)

Руководитель проекта  
доцент кафедры Менеджмента



О.В. Гостева

СОГЛАСОВАНО:

Ответственный за проектную  
деятельность института



С.С. Микина

Директор ИММБ



М.С. Злотников

Директор ИППТ



М.В. Сафронов

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.