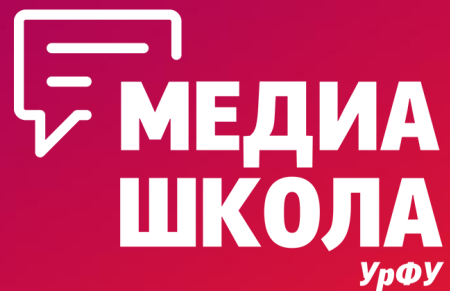


Спецпроект: планирование и команда

Максим Жужгин,
специалист медиацентра УрФУ

Что узнаем

- Какие форматы спецпроектов доступны для университетских медиа
- Как спланировать контент специального проекта
- Как определиться с составом команды



Алгоритм работы

График мастер-классов

1. Концепция

- Основы спецпроектов
- Планирование и команда

2. Контент

- Алгоритм общения со спикером
- Инфостиль, редактура
- Графика и инфографика

3. Продвижение

- Медиапланирование
- Ресурсы университета

График мастер-классов

1. Концепция

- Основы спецпроектов
- Планирование и команда

Создание концепции: идея, тема, план, команда

2. Контент

- Алгоритм общения со спикером
- Инфостиль, редактура
- Графика и инфографика

Подготовка контента: текст, комментарии, фото, графика

3. Продвижение

- Медиапланирование
- Ресурсы университета

Создание медиаплана по продвижению проекта

Концепция

По итогам первых двух мастер-классов составьте концепцию

- Идея проекта и инфоповод (если есть)
- Тема проекта (одним предложением)
- Главная мысль (раскрывает тему)
- Формат (спецвыпуск газеты, серия постов, лонгрид, ...)
- Контент-план
- Команда проекта

После встречи в субботу мы проведем консультацию

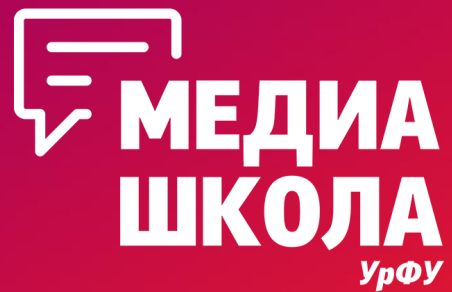
Контент

По итогам мастер-класса в субботу и следующей недели подготовьте весь запланированный контент. На консультации в следующую субботу мы поможем его «причесать» и дополнить

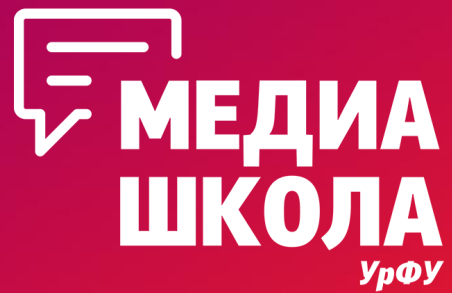
Для участия в конкурсе студенческих медиа проект должен быть опубликован до 11 ноября (последний день подачи заявок, последний день медиашколы)

Продвижение

По итогам последних двух мастер-классов составьте медиаплан по продвижению своего проекта. Мы познакомим с ресурсами университета, их можно будет включить. Отдельно постарайтесь использовать внешние медиа



Ваши вопросы



Форматы

Форматы для страниц в соцсетях

ВКонтакте:

- Серия постов
- Серия постов со статьей
- Один пост со статьей-лонгридом
- Фотоподборка
- Видеоролик
- Серия видеороликов
- Прямой эфир или серия
- Подкасты (доступны по заявке)
- Вики-меню
- Чат-бот
- Приложения

Инстаграм:

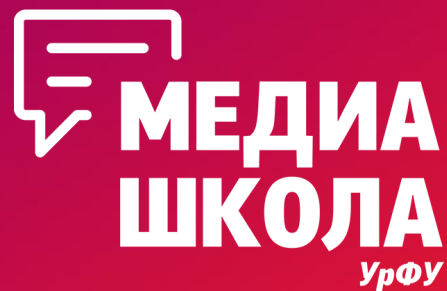
- Серия постов
- Серия видеороликов
- Сохраненные истории
- Прямой эфир
- Серия прямых эфиров

Форматы для газет

- Специальный выпуск
- Временная или постоянная рубрика
- Вкладка
- Комплекс врезок
- Дополненная реальность

А еще...

- Лонгриды (tilda, readymag, ...)
- Блоги
- Игры, конкурсы, тесты
- Флешмобы
- Рекламный комплекс: портал, соцсети, газета, полиграфия



Планирование спецпроекта

Перед составлением плана

1. Утвердите все предшествующие пункты концепции
2. Организуйте мозговой штурм в редакции.
Накидайте максимум идей для материалов по выбранной вами теме, постарайтесь раскрыть ее со всех сторон
3. Структурируйте все записанные идеи
4. Определитесь с количеством публикаций, периодичностью
5. Приступайте к контент-плану

Как составить контент-план

1. Тема отдельной публикации
2. Формат
3. ТЗ на текст
4. ТЗ на фото, графику, мультимедиа
5. Ответственные (автор, дизайнер)

Тема публикации

Кратко опишите суть публикации. Достаточно 1-2 предложений, чтобы вся редакция понимала, о чем речь в материале

Пример:

Тема спецпроекта. Как заработать на учебе в университете

Тема публикации. Самые «выгодные» именные стипендии

Формат

Графа актуальна, если спецпроект предусматривает материалы разного формата

Вспомним. Какие форматы возможны в соцсетях? В газетах?

Пример:

Формат спецпроекта. Серия постов в Инстаграме
Формат публикации. Пост с каруселью (видео + 3 фото), подпись

Текст

Все материалы спецпроекта должны быть написаны и оформлены в одном стиле. Поэтому составьте подробное ТЗ на каждый материал:

- Подробное раскрытие темы («Подобрать три стипендии с самыми крупными ежемесячными выплатами, рассказать условия получения каждой»)
- Количество символов
- Структура текста (подзаголовки, абзацы, комментарии)
- Дополнительные материалы (инфа для врезок с цифрами, фактами, цитатами)

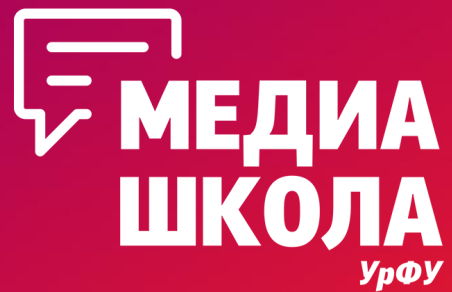
Иллюстрации и мультимедиа

- Фотографии — сколько, какие, какой источник
- Видео — сценарный план, раскадровка, проговоры
- Иллюстрации — что рисовать, какими приемами и инструментами
- Графика — подробное описание макета
- Интерактивные инструменты — какой инструмент используем, сценарий взаимодействия, тексты и медиа

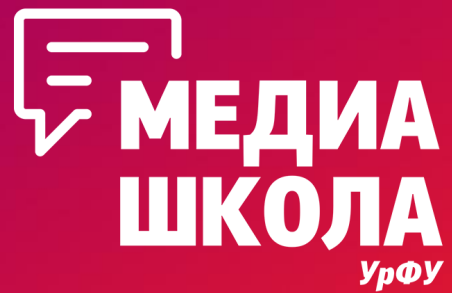
Везде техническая часть!

Ответственные

Должен быть ответственный за каждый этап в производстве материала. Кроме имени человека обязательно укажите дедлайн завершения задачи



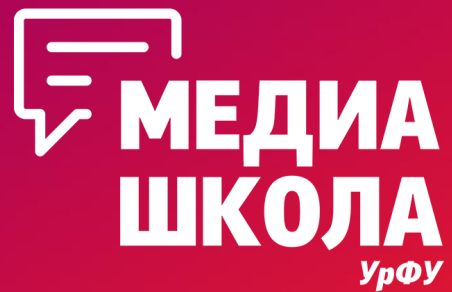
Ваши вопросы



Команда

Команда

- **Руководитель.** Должен быть всегда. Лучше отдельный от регулярного контента, чтобы все успеть и не пришлось разорваться
- **Авторы.** Посмотрите «производительность» вашей команды в регулярном контенте и возьмите столько авторов, сколько нужно
- **Редактор.** Идеальное знание языка и смелая выправка стиля. Хорошо бы научиться инфостиллю, об этом расскажем во вторник
- **Дизайнеры, иллюстраторы, фотографы, видеографы.** Без них никак



Ваши вопросы