**ЗАЯВКА НА ФИНАНСИРОВАНИЕ ГУМАНИТАРНОГО ПРОЕКТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Наименование проекта | Формирование имиджа города среди лиц, совершающих стоповер, через создание проекта «#ВкусГорода» (на примере города Витебска) |
| 2. | Срок реализации проекта | Сентябрь 2023 года – май 2025 года |
| 3. | Организация-заявитель, предлагающая проект | Государственное учреждение образования «Средняя школа №11 г. Витебска имени М.М.Бахтина», Республика Беларусь, Витебская область, г.Витебск, проспект Московский, 28а, 210015 |
| 4. | Цель проекта | Разработать и внедрить процесс и содержание формирования имиджа города среди лиц, совершающих стоповер, через создание проекта «#ВкусГорода» (на примере города Витебска) |
| 5. | Задачи, планируемые к выполнению в рамках реализации проекта | 1) раскрыть сущность понятия «стоповер», а также выявить возможности и особенности создания среди лиц, его совершающих, проекта «#ВкусГорода» как элемента формирования имиджа города Витебска в современных условиях;  2) изучить, проанализировать и задействовать возможности использования вне интернет-пространства и интернет-пространства как средства создания проекта «#ВкусГорода» в формировании имиджа города Витебска среди лиц, совершающих стоповер |
| 6. | Целевая группа | Широкая целевая группа (в большинстве молодёжь) |
| 7. | Краткое описание мероприятий в рамках проекта | Проект «#ВкусГорода» – это комплекс элементов, которые созданы и реализуются в совокупности как во вне интернет-пространстве, так и в интернет-пространстве.  Первоначальный этап создания проекта предусматривал работу с вне интернет-пространством, в рамках которого был разработан авторский дизайн полиграфической продукции, позволяющий проследить авторскую концепцию. С этой целью во вне интернет-пространстве были разработаны и разрабатываются:  - логотип (элемент, благодаря которому проект получает моментальную узнаваемость);  - полиграфия (все печатные материалы, необходимые для реализации данного проекта, дизайнерски разработаны);  - маршруты одного дня по различным тематическим направлениям (молодёжный, гастрономический и так далее), образовывающие буклеты;  - информационные карточки (лицевая сторона содержит объект города Витебска, а оборотная сторона QR-код на интернет-источник, где можно узнать информацию о конкретном объекте);  - дизайн брендированной продукции (были разработаны принты к различным видам одежды, где использовались как известные, так и неизвестные неофициальные названия мест города).  С целью продвижения проекта был разработан ряд дополнительных брендированных элементов, которые стали составными частями проекта «#ВкусГорода»:  - дизайн брендированных значков;  - дизайн брендированных ручек;  - дизайн брендированных блокнотов;  - дизайн брендированных шоколадок.  Лучшим источником информации для получения сведений о городе, который планируется посетить в рамках стоповера, являются социальные сети, то для распространения проекта «#ВкусГорода» был создан и хештега (#ВкусГорода) для использования в качестве отметки для публикаций (благодаря этому можно отслеживать вовлечённость) |
| 8. | Общий объём финансирования (в долларах США) | $10 000  Средства донора – $7 500  Софинансирование – $2 500 |
| 9. | Место реализации проекта | Октябрьский район г.Витебска, государственное учреждение образования «Средняя школа №11 г.Витебска имени М.М.Бахтина» |
| 10. | Контактное лицо | Оберемок Нелли Леонидовна, директор,  контактный телефон: +375 212 64 54 86  e-mail: school11@oktvitebsk.by, vitssh11@gmail.com |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Name of the project | Formation of the image of the city among stopovers through the creation of the project "#TasteOftheCity"( on the example of the city if Vitebsk) |
| 2. | Project implementation period | September 2023 - May 2025 |
| 3. | The applicant organization offering the project | Secondary school No 11 of Vitebsk named after M.M.Bakhtin ",Republic of Belarus, Vitebsk region,  Vitebsk, Moskovsky Avenue, 28a, 210015 |
| 4. | Purpose of the project | Develop and implement the process and content formation of the image of the city among stopovers through the creation of the project "#TasteOf theCity"( on the example of the city if Vitebsk |
| 5. | Project objectives | 1) To reveal the essence of the concept of stopover, as well as to identify the possibilities and features of creating the project among those who commit it "#TasteOf theCity"( on the example of the city if Vitebsk) as an element of the formation of the image of the city Vitebsk in today`s world and conditions;  2) To study, analyze and engage the possibilities of using the Internet as the means of creating the project"#TasteOf theCity"( on the example of the city if Vitebsk) |
| 6. | Target group | A broad target group (mostly young people) |
| 7. | Project activities | Online Project "#TasteOf theCity" (on the example of the city if Vitebsk) is a complex of elements that is created and implemented together both outside the Internet space and in the Internet space.  The initial stage of the project creation provided offline and online work, within which the author's design of printed products was developed, allowing to trace the author's concept. For this purpose, outside the Internet space, the following things have been developed and are being developed:  a logo (an element through which the project receives instant recognition);  printing (all printed materials necessary for the implementation of this project are designed);  one-day itineraries in various thematic areas (youth, gastronomic, and so on) in the form of booklets;  information cards (the cover contains the object of the city of Vitebsk, and the reverse side contains a QR code for an Internet source where you can find information about a specific object);  the design of branded products (prints for various types of clothing were developed, where both well-known and unknown unofficial names of places in the city were used).  In order to promote the project, a number of additional branded elements were developed, which became integral parts of the project:  the design of branded badges;  the design of branded pens;  the design of branded notebooks;  the design of branded chocolate.  The best source of information for getting information about the city that you plan to visit as part of the stopover is social networks, then a hashtag "#TasteOf theCity"was created to distribute the project to use as a mark "#TasteOf theCity" for publications (thanks to this, you can track engagement) |
| 8. | Total funding (in US dollars) | $10 000; Means of donation - $7 500; Co-financing - $2 500 |
| 9. | Location of the project | Oktyabrsky district of Vitebsk, State educational institution "Secondary school No. 11 of Vitebsk named after M.M.Bakhtin" |
| 10. | Contact person | Oberemok Nelly Leonidovna, Director,  contact phone number: +375 212 64 54 86  e-mail: school11@oktvitebsk.by, vitssh11@gmail.com |