

ДЕТСКАЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА «МАСТЕРСКАЯ
МАРТИНА»

ЖУР-3-20-05

ПРОБЛЕМЫ

НАША ГИПОТЕЗА СОСТОИТ В ТОМ, ЧТО
ОСНОВНЫМИ ПРОБЛЕМАМИ ЦЕЛЕВОЙ
АУДИТОРИИ ЯВЛЯЮТСЯ:

- Отсутствие актуального глубокого психологического детского контента
- Малая информированность общества о детских психологических потребностях
- Сложности у детей в отношениях со сверстниками и родителями
- Неспособность ребенка к адекватному самоанализу
- Непринятие себя ребенком



ПРОБЛЕМЫ

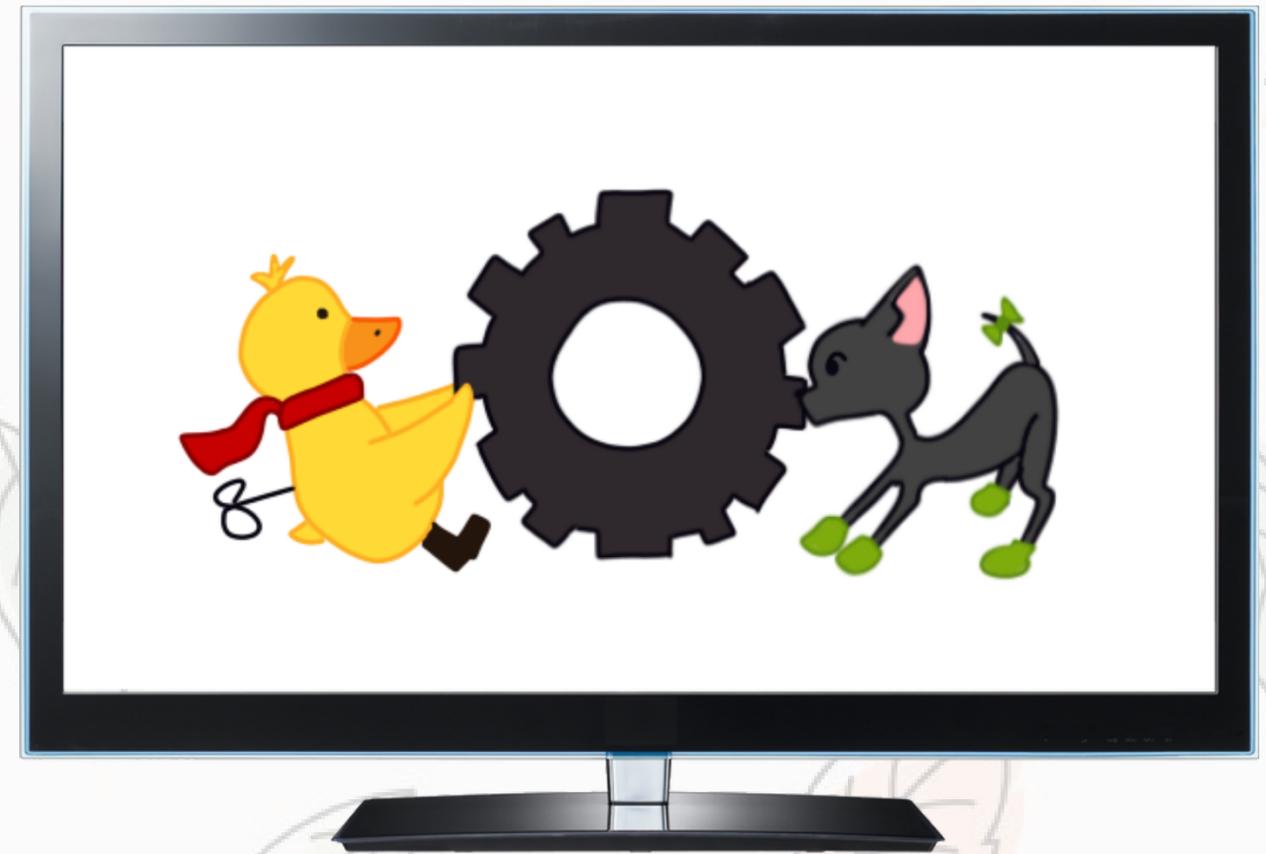
МЫ ПЛАНИРУЕМ ПРОВЕСТИ ПРОБЛЕМНОЕ ИНТЕРВЬЮ,
В ХОДЕ КОТОРОГО ДОЛЖНО ПОДТВЕРДИТЬСЯ ЧТО
ДЛЯ 60-70% И ВЫШЕ ЭТИ ПРОБЛЕМЫ ВАЖНЫ И ТАКОЙ
ЖЕ ПРОЦЕНТ НЕ УДОВЛЕТВОРЁН СУЩЕСТВУЮЩИМ
РЕШЕНИЕМ

РЕШЕНИЯ

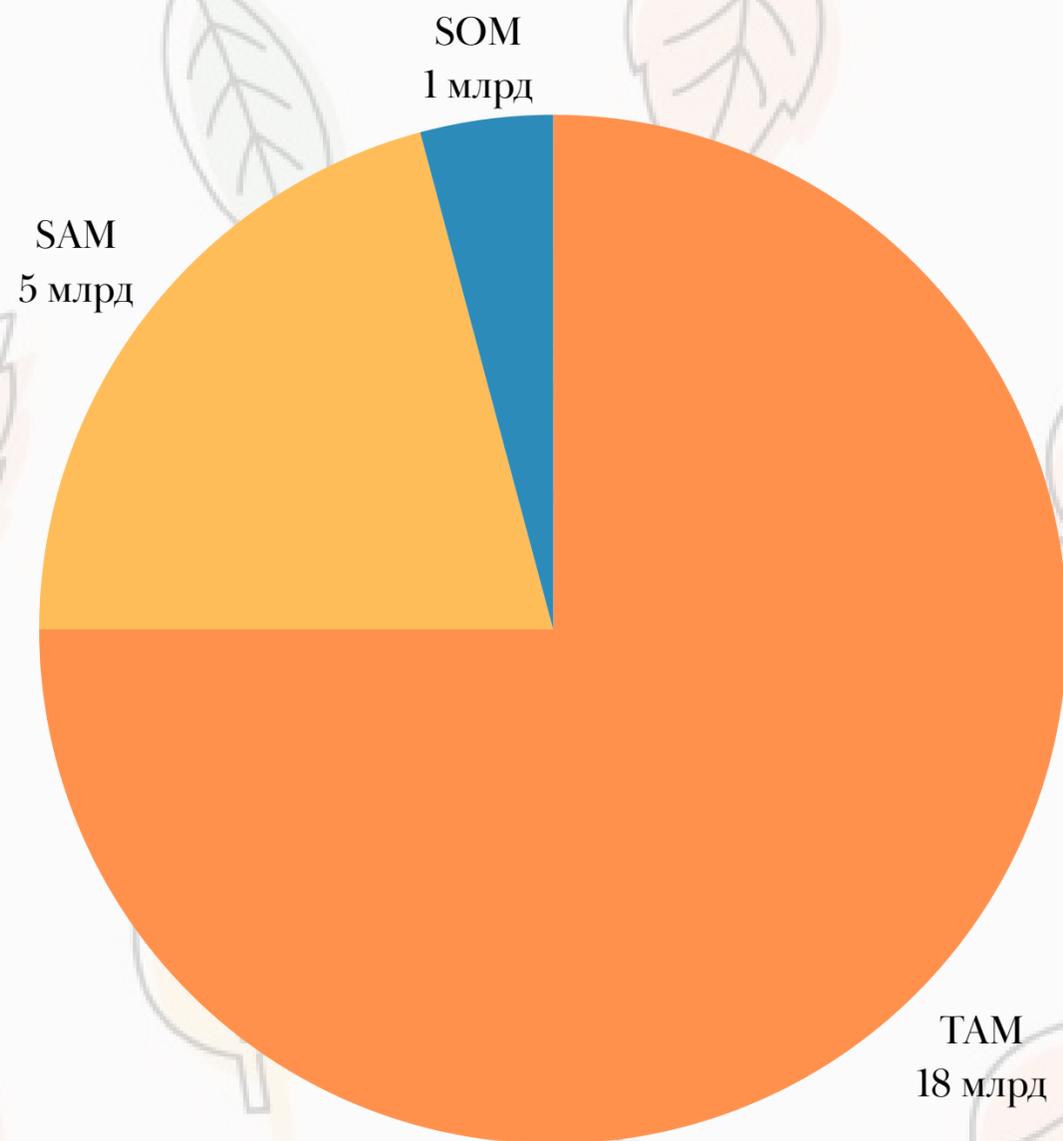
Создание полноценного сезона детской ТВ-программы “Мастерская Мартина”

Преимущества:

- Освещение и ответы на вопросы, которые возникают в детском возрасте
- Разъяснение детям “взрослых” тем детским языком
- Помощь в самоанализе за счет ассоциирования детей с главными героями передачи



РЫНОК



TAM - 18.1 млрд руб: <https://www.gazprom-media.com/ru/media/issledovanie-gazprom-media-holdinga-rynok-otechestvennoy-animacii-vyrastet-do-38-8-mlrd-rublej-k-2030-godu>

SAM - 5.25 млрд руб:
<https://digital.cap.ru/news/2020/06/01/dolya-detskih-programm-v-pervom-mul'tiplekse-sosta>

SOM - 1 млрд руб

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ

TRL2. Изделие удовлетворяет всем требованиям: инженерным, производственным, эксплуатационным, по качеству и надежности.

MRL. Налажено полномасштабное производство.

CRL. Вывод на рынок.

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ

1. Производство

Подготовка студии и оборудования.

Съёмка первых эпизодов для презентации.

Процесс монтажа и добавление визуальных эффектов.

2. Тестирование и Оценка

Проведение тестовых эфирных сессий с детьми.

Сбор обратной связи и анализ реакции зрителей.

Внесение корректировок в программу, если необходимо.

3. Маркетинг и Реклама

Разработка стратегии маркетинга для привлечения внимания к программе.

Создание рекламных материалов для телевидения и онлайн-платформ.

Взаимодействие с родителями и образовательными учреждениями.

4. Запуск и Оценка Результатов

Запуск программы на телевидении и/или онлайн-платформах.

Оценка рейтингов и просмотров.

Анализ эффективности и реакции зрителей для будущих улучшений.

5. Развитие Программы

Постоянное обновление контента и тем.

Внедрение новых образовательных методик и интерактивных элементов.

Сотрудничество с педагогами и экспертами для постоянного улучшения контента.

6. Обратная Связь и Взаимодействие с Зрителями

Создание каналов для обратной связи с зрителями.

Ответы на вопросы, учёт пожеланий и предложений.

Взаимодействие с сообществом через социальные сети и другие платформы.

7. Адаптация к Изменениям

Мониторинг изменений в трендах и интересах детей.

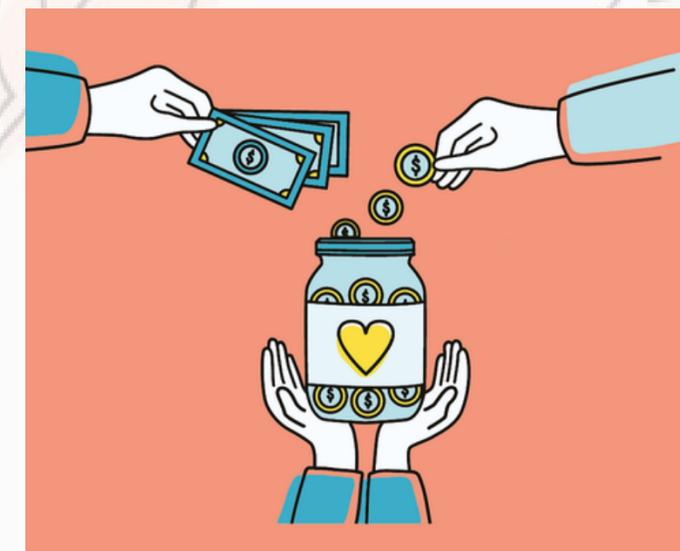
Гибкость в адаптации программы под новые вызовы и возможности.

ФАКТОРЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Некоммерческие организации



Краудфандинг.



Государственные гранты
и субсидии.



Рекламные и спонсорские контракты.

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ

- 1) Реклама в социальных сетях и на детских сайтах.
- 2) Участие в детских фестивалях и мероприятиях.
- 3) Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами, которые имеют большую аудиторию среди детей и их родителей.
- 4) Создание интерактивного контента для зрителей.
- 5) Организация пресс-конференций и интервью с участниками программы.
- 6) Расширение ассортимента продуктов с символикой программы.
- 7) Проведение специальных эпизодов или серий, посвященных актуальным событиям и темам, которые интересны детям.



КОНКУРЕНТЫ

	Характеристики	
Образовательная составляющая	Развлекательная составляющая	Ценностная составляющая
Передача также лишь поверхностно и на базовом уровне учит ребенка справляться с проблемами внешнего мира.	Юмор передачи сильно проседает по качеству и плохо адаптирован под детскую аудиторию	Ценностная база передачи скудная и неубедительная

	Характеристики	
Образовательная составляющая	Развлекательная составляющая	Ценностная составляющая
Передача учит лишь базовым знаниям об окружающем мире, не давая реального представления о происходящих в мире процессах	Передача не слишком старается веселить, качество текста, шуток и приглашенных гостей стабильно падает с 90-х годов	Ценностная база передачи скудная и неубедительная, и уроки, которая она преподносит юным зрителям, ограничиваются золотыми правилами морали

КОМАНДА

Железнов Станислав



- Внештатный корреспондент газеты “The Sunday Times”, выпускаемой в Шри-Ланке
- Призёр конкурса “Хрустальное перо” 2019
- Ведущий кино-колонки в интернет журнале “Future”
- Выпускник ЦДЮТТиТ по направлениям “Основы газетной журналистики” и “Основы радиожурналистики”
- Педагог дополнительного образования СПбГЦДТТ
- **Режиссер и сценарист проекта**

Шагина Александра



- Лауреат премии имени Дмитрия Сергеевича Лихачева “Созвездие Талантов”
- Сертифицированная участница Российского Образовательного Фонда “Талант и Успех”
- Выпускница журналистского пресс-центра “Поколение”
- Многократная участница волонтерской деятельности в качестве педагога в ЭБЦ “Крестовский Остров”
- **Ответственная за маркетинг и продажи проекта**

КОНТАКТЫ

1. Железнов Станислав Романович. Телефон: +7(906)244-59-94 Почта: [mailto: smith1917@inbox.ru](mailto:smith1917@inbox.ru)
2. Щагина Александра Дмитриевна: Телефон: +7(952)345-04-96. Почта: shchagina2002@mail.ru