**1. Обоснование актуальности для развития университета и университетской среды**

Проект создания единого видео-сервиса «Campus TV» с использованием имеющихся телевизионных панелей в учебных и жилых корпусах ТГУ направлен на улучшение эффективности информирования студентов и сотрудников ТГУ о событиях, мероприятиях, анонсах в основных локациях Университета. Важным следствием реализации программы может быть рост активности студентов и сотрудников ТГУ в мероприятиях и событиях, повышение лояльности внутриуниверситетской аудитории к инициативам руководства ТГУ.

Осуществление проекта способствует выполнениютрех важных мероприятий в рамках реализации стратегических инициатив ТГУ:

* Повышение привлекательности ТГУ как университета, формирующего локальную (в данном случае, коммуникативную) среду;
* Повышение привлекательности Томска как города благоприятного для работы и жизни;
* Внедрение элементов экокампуса (в данном случае имеется ввиду эффективная информационная политика).

Реализация проекта будет также направлена на обеспечение одной из целей Программы конкурентоспособности:

* участие Томского государственного университета в социально-экономическом развитии Томска и Томской области в рамках так называемой Третьей роли университета.
* диверсификация доходов Университета.

Современные абитуриенты, студенты, многие сотрудники и преподаватели получают информацию не только с рабочих компьютеров, мобильных устройств, информационных стендов, но и в местах отдыха, питания, общения, транзита в другие корпуса. При этом видео-контент является максимально эффективным по восприятию, особенно если он выстроен в формате единого видео-сервиса с разветвленной сеткой телевизионных панелей.

Университет больше не может игнорировать этот новый коммуникационный вызов, ему необходимо встраивать коммуникационные привычки молодежи в свой образовательный и коммуникационный контур.

По данным различных исследований, касающихся особенностей "цифрового поколения" (для университета - это абитуриенты, студенты, магистранты, молодые ученые) в качестве отличительных особенностей данного поколения выделяются такие как: предпочтение видео контента (пример Youtube), предпочтение форм коммуникации, опосредованных техническими средствами - доверие ко всему высокотехнологичному, высокие требования к уровню комфорта среды обитания. В связи с вышеизложенным - создание данного видео-сервиса, его постоянное обслуживание и поддержание в актуальном состоянии гарантирует лояльность вышеперечисленной аудитории, поскольку для нее - это привычный, востребованный и предпочтительный формат получения информации о мероприятиях и возможностях ТГУ.

Осуществление проекта единого видео-сервиса ТГУ применительно к университетской кампусной среде будет являться еще одним шагом на пути движения к инновационной экосистеме (инфраструктуре) и формированию предпринимательской культуры и инновационно-предпринимательского трека в Университете.

**Краткая характеристика предполагаемых изменений (основная идея проекта)**

**Цель проекта – создание** единого видео-сервиса с использованием уже имеющихся телевизионных панелей, размещенных в основных локациях университетского кампуса ТГУ. Создание подобной системы позволит добиться повышения эффективности внутрикампусной информационно-экологической среды информирования, общения и осуществления целого ряда целей по улучшению координации и коммуникации университетских целевых аудиторий, а именно:

* ***Непрерывное и эффективное информирование студентов, сотрудников, гостей ТГУ.*** Объединение и подключение уже имеющихся телевизионных панелей (телевизоров) к единой системе трансляции видео-контента (на основе облачной технологии) в местах университетских кампусных локаций (НБ ТГУ, общежития, корпуса, музеи, Центра культуры, спортивные сооружения, Ботанический сад, Бизнес-инкубатор и др.) откроет возможность для более эффективного информирования (по сравнению с наружным информированием афишами, объявлениями и др.).
* ***Повышение активности участия студентов, сотрудников в мероприятиях, инициативах.*** Более эффективное информирование в местах популярных университетских локаций (НБ, Ботанический сад, музеи, Центра культуры, стадион, бассейн, кафе, кофейни) позволит привлечь внимание и увеличить посещаемость, участие студентов/сотрудников в мероприятиях (конференции, концерты, марафоны, благотворительные акции, конкурсы и т.д.).
* ***Развитие среды коммерческой рекламы в местах популярных университетских локаций.*** Создание единого высокотехнологичного видео-сервиса в пространстве кампусных коммуникаций открывает возможности продвижения не только университетских инициатив, но коммерческих/не коммерческих проектов, продуктов, услуг внешних партнеров Университета. Рост количества мест видео-трансляций, ежесуточной аудитории зрителей приведет к значительной привлекательности сервиса, как инструмента рекламы и продвижения. Разработка необходимой нормативной документации, наряду с сервисом, позволит предложить на томский рынок рекламы новую услугу ТГУ, а полученный внебюджетный доход направить на обновление и расширение видео-сервиса.
* ***Наполнение медиа-пространства ТГУ «живой» информацией от студентов и преподавателей.*** Использованиесовременной технологии облачной трансляции видео-контента предполагает использование интернет-инструмента получения информации, рекламы, объявлений от самих пользователей (сотрудников, студентов) и ее размещения (после модерации) на телевизионных панелях видео-сервиса.
* ***Возможность настраивания видео-контента сервиса с учетом нахождения целевой аудитории.*** У студентов, сотрудников и преподавателей разные интересы и запросы на получение информации и рекламы. Например, в локациях массового нахождения студентов (общежития, учебные корпуса) целесообразно показывать приоритетно информацию для студентов (анонсы студенческих мероприятий, конкурсов, объявлений деканатов факультетов, стипендиальных программ, предложений корпоративных партнеров и т.д.), тогда как в кафе для сотрудников будет востребована информация для преподавателей, административно-управленческого персонала (объявления о концертах, о режиме работы ТГУ, информация ректората и т.д.). Существует также информационные поводы общего пользования – обращения ректора, информация об общеуниверситетских мероприятиях, новости университета и т.д. Современное программное обеспечение позволяет настраивать видео-контент с учетом размещения телевизионных панелей в тех или иных местах кампуса.

После реализации первого этапа проекта в качестве ключевого сервиса, которым смогут воспользоваться все целевые аудитории (студенты, сотрудники, ректорат, администрация факультетов, подразделений инфраструктуры, внешние коммерческие и не коммерческие организации), выступит сама система сбора, обработки и трансляции видео-контента в местах популярных локаций кампуса.

Для самостоятельного обеспечения и поддержания ее работы не понадобятся дополнительные усилия менеджмента ключевых локаций и усилия по координации работы со стороны Управления информационной политики, Управления социальной и молодежной политики, ректората. Предполагается работа сервиса на основе самоокупаемости, самообновления. В дальнейшем, проект будет масштабирован в плане расширения круга размещения телевизионных панелей в местах популярных локаций, вовлечения информационно-рекламного компонента соседних вузов (перенос успешного опыта в соседние вузы Томска).

**3. Предполагаемые результаты реализации с показателями их достижения**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование КПЭ Проекта | Ед. изм. | Целевое значение КПЭ |
| Презентация проекта единого видео-сервиса «Campus TV» | Кол-во | 1 шт. |
| Монтаж миникомпьютеров для создания единой сети телевизионных панелей (1 этап), общее количество | Кол-во | 10 шт. |
| Монтаж миникомпьютеров для расширения единой сети телевизионных панелей (2 этап), общее количество | Кол-во | 28 шт. |
| Монтаж сервера и запуск облачного сервиса | Кол-во | 1 шт. |
| Запуск Веб-интерфейса приема объявлений | Кол-во | 1 шт. |
| Показы рекламно-информационных роликов в сутки на 1 телевизионной панели (в рабочие/учебные дни с 9 час. до 22 час., средняя длительность ролика 1 мин., пропорции «информационные ролики/развлекательные ролики» 50%/50%) | Кол-во | 3 120 |
| Пакет нормативно-правовой базы деятельности видео-сервиса | Кол-во | 1 |
| Продвижение новой коммерческой услуги ТГУ на рекламном рынке Томска (рассылка коммерческих предложений в крупные рекламные агентства, коммерческие и не коммерческие организации г.Томска) | Кол-во | 50 |

**4. Предполагаемые временные рамки реализации (с разбивкой на этапы)**

**План работы:**

|  |  |
| --- | --- |
| Мероприятие | Срок выполнения |
| Разработка технического проекта | Февраль 2018 года |
| Приобретение миникомпьютеров и расходных материалов на 10 точек | Март-Апрель 2018 года |
| Монтаж оборудования, запуск сервера, веб-интерфейса приема бесплатных объявлений от сотрудников, студентов | Апрель 2018 года |
| Разработка нормативно-правовой документации | Апрель 2018 года |
| Рассылка коммерческих предложений рекламным агентствам и другим коммерческим/некоммерческим организациям | Май 2018 года |
| Тестовая трансляция, обеспечение устойчивости системы | Май 2018 года |
| Ознакомление с возможностями сервиса всех заинтересованных подразделений ТГУ и внешних организаций | Июнь-июль 2018 года |
| Коммерческая реализация информационно-рекламных услуг внешним организациям | Август-декабрь 2018 года |
| Приобретение, миникомпьютеров и расходных материалов на 18 дополнительных экранов | Сентябрь 2018 года |
| Монтаж и расширение сервиса | Октябрь 2018 года |
| Подготовка отчета и презентации | Ноябрь 2018 года |

**5. Предполагаемые заинтересованные стороны**

К заинтересованным сторонам можно отнести университетские целевые аудитории:

- студенты (в том числе иностранные), сотрудники, гости университета, получающие возможность эффективного информирования в кампусной информационной экосистеме;

- владельцы локаций и мероприятий (научная библиотека, Сибирский ботанический сад, музеи, Центр культуры, приемная комиссия, спорткорпус, кафе и столовые, кофейни, культурно-развлекательные мероприятия, конференции и др.), получающие еще один важный канал информирования и рекламы;

- администрация, получающая рост активности участников мероприятий инициированных ТГУ;

- коммерческие и некоммерческие организации заинтересованные в получении доступа к информационной эко-системе кампуса ТГУ.

Для успешной реализации проекта необходима разветвленная система телевизионных панелей в различных локациях университетского кампуса ТГУ. Предполагается подключение на 1 этапе имеющихся телевизионных панелей в следующих локациях кампуса (10 шт.):

ЦК холл – 2 шт.

ЦК Кафе «Минутка» - 1 шт.

ЦК «Столовая студенческая» – 2 шт.

Кофейня «Стар Букс» - 1 шт.

Кофейня уч. корпус №2 – 1 шт.

Спорткорпус ТГУ -1 шт.

Столовая в ЖК «Парус» – 1 шт.

Общежитие ТГУ №8 – 1 шт.

Далее, планируется реализация стадии коммерческой трансляции рекламных роликов сторонних организаций и накопление внебюджетного дохода для реализации 2 этапа.

На 2-ом этапе, когда сервис будет запущен и настроен, планируется расширение сети телевизионных панелей (+18 шт.) до 28 шт.:

Научная библиотека – 3 шт.

Общежитие ТГУ № 3 – 1 шт.

Общежитие ТГУ № 5 – 1 шт.

Общежитие ТГУ № 6 – 1 шт.

Общежитие ТГУ «Парус» – 1 шт.

Учебный корпус №4 – 1 шт.

Учебный корпус №3 – 1 шт.

Учебный корпус №4 – 1 шт.

Учебный корпус ИЭМ (уже имеется профессиональная система «Сервер-Клиент») – 6 шт.

Ботанический сад – 1 шт.

Приемная комиссия – 1 шт.

Функции координации и контроля за работой всей системы, модерирования частных бесплатных объявлений студентов, сотрудников предлагается делегировать Управлению по информационной политике, для чего предполагается ввести в штат управления штатную единицу специалиста по менеджменту видео-сервиса с кругом постоянных обязанностей:

* разработка и коррекция программы трансляции видео-контента;
* модерация частных бесплатных объявлений студентов, сотрудников;
* подбор и размещение развлекательного контента (до 50% времени трансляций);
* прием коммерческих заказов на прокат рекламных роликов и объявлений;
* сбор, размещение и мониторинг информации от внутриуниверситетских служб;
* не сложный видеопродакшн (возможно совместно с ТВ-университет);
* сопровождение рекламной и pr-активности локаций с ключевыми целевыми аудиториями с учетом их специфики;
* мониторинг и оценка эффективности сервиса.

В качестве KPI для указанного специалиста предлагается определить: общее количество размещенных роликов; количество коммерческих заказов; количество частных бесплатных объявлений студентов, сотрудников; популярность и востребованность развлекательного контента.

**6. Партнеры в реализации (подразделения ТГУ, внешние позиционеры и структуры).**

***Подразделения ТГУ***

Управление информационной политики

Управление социальной и молодежной политики

Управление развития персонала

Эндаумент фонд

Ассоциация выпускников

Учебное управление

Факультеты и институты

Управление международных связей

Управление информатизации

Участники банка инициатив

Научные лаборатории

Точки общественного питания

Научная библиотека

Институт кураторов и Центр волонтерства

Молодежный центр

Дирекция студенческого городка

Центр культуры

Научные и культурные сообщества, кружки, объединения

***Внешние заказчики***

Операторы сотовой связи

Ритейл структуры торговли

Крупные работодатели *(запросы на трудоустройство выпускников)*

Спортивные клубы и фитнесс-центры

Кинотеатры, театры и развлекательные комплексы

Частные медицинские клиники

Автошколы

Музыкальные салоны и магазины

Площадки интернет-торговли

Предприятия общественного питания

Туристические и транспортные фирмы

Агентства недвижимости

**7. Наличие ресурсов для реализации, описание требуемых ресурсов**

***Наличные ресурсы:***

* сформирован кадровый состав команды;
* в каждой локации массового и популярного пребывания людей (учебные и жилые корпуса ТГУ) имеется телевизионная панель;
* в свободном доступе бесплатное программное обеспечение для трансляции видео-контента, работающее по технологии Консорциума интегрированной цифровой сети (DLNA), протоколом сетевого управления (SNMP);
* разветвленная сеть wi-fi роутеров с представлением доступа к внутренней сети ТГУ;
* успешный опыт работы аналогичной сети видео-сервиса (в тестовом режиме) на 2 телевизионные панели в ЦК.

***Требуемые ресурсы на 1 этапе:***

* мини ПК Intel, накопители SSD 250Гб, модули памяти, расходные материалы на 10 локальных точек видео-трансляции (для подключения медипроигрывателей с функцией интернет-доступа к облачному сервису);
* доступ к сети Wi Fi в местах размещения телевизионных панелей

**8. Предполагаемые статьи расходов для запуска проекта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование | Кол-во | Сумма, руб. |
| 1 | Мини-ПК Intel "NUC5CPYH" Intel Celeron N3050 (2.1), SODIMM DDR3L, 2.5" HDD, GLAN, WiFi, BT, HDM | 10 | 111100 |
| 2 | Накопитель SSD Kingston 240ГБ "SSDNow UV400" SUV400S37/240G | 10 | 69300 |
| 3 | Модуль памяти Corsair SO-DIMM 4ГБ DDR3L SDRAM "CMSO4GX3M1C1333C9" | 10 | 21450 |
| 4 | Кабель 1.8м для подключения телевизора | 10 | 3300 |
| 5 | Заглушка для второго монитора | 10 | 3850 |
| 6 | Оплата труда за монтаж, настройку оборудования, программного обеспечения, в т.ч. налоги | 10 | 21 000 |
|  | Итого: |  | 230 000 |

**9. Любая дополнительная информация, отражающая достоинства (актуальность, уникальность, реалистичность) инициативы**

Во всех крупных центрах развлечения, торговли и сервиса г.Томска, где имеется массовое нахождение и трансфер людей имеются системы трансляции рекламной информации и анонсирования событий, в том числе на коммерческой основе:

*Пример:*

ТРЦ «Изумрудный город» - 21 шт. (без звука) – 27 600 руб./мес. – 1 300 руб./мес. 1 экран

Сеть магазинов «Ярче» - 77 шт. – 70 000 руб./мес. – 909 руб./мес. 1 экран

***Планируемая ценовая политика*** *единого видео-сервиса «Campus TV»****:***

**1 этап**

**Полный пакет (10 шт.) – 8 000 руб./мес.**

**Дифференцированный пакет (настраиваемый показ с учетом целевой аудитории) – 850 руб./ 1 шт. в мес.**

**2 этап**

**Полный пакет (28 шт.) – 20 000 руб./мес.**

**Дифференцированный пакет (настраиваемый показ с учетом целевой аудитории) – 800 руб./1 шт. в мес.**

**Технические преимущества:**

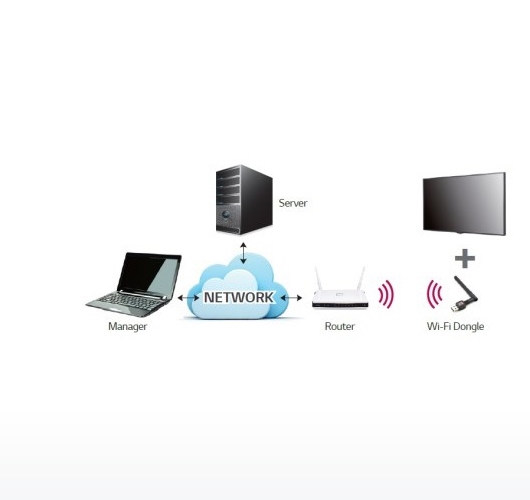
**- полная автономность телевизионных панелей (не требуется вмешательство для включения и выключения );**

**- полная интеграция телевизионных панелей любого поколения (не требуется приобретение новых ТВ-панелей, подключение по стандартам VGA/HDMI/SVideo);**

**- благодаря Wi-Fi адаптеру в мини-ПК все телевизионные панели легко подключаются к сети Wi-Fi ТГУ;**

**- бесплатное ПО для удаленного управления; простой протокол сетевого управления (SNMP) и передачи видео-контента (DLNA);**

**- отправка сообщений/объявлений студентами и сотрудниками на единый веб-интерфейс (модерация).**



**10. Информация об авторе проекта (место работы или обучения).**

**Наталья Мерзликина – корреспондент управления информационной политики ТГУ**

**Инициатор и исполнитель серии общественно значимых и социально-ориентированных проектов: акция «Я в ТГУ», «День знаний», «Татьянин день», «Самый теплый праздник», «Щедрый вторник», «Благодарю».**