**ПАСПОРТ ПРОЕКТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | Описание (после заполнения можно удалить данный столбец) |  |
| Название  | Гастрономический Великий Новгород |  |
| Команда проекта | Иванова Ирина ИгоревнаРассветалова Елена ПавловнаСлободниченко Мария СереевнаКузьмина Анна АндреевнаРоманова Евгения ЕгоровнаЗимина Ольга ЕвгеньевнаАндреева Дарья БорисовнаТетерина Дария Станиславовна |  |
| Наставник команды | Лазич Юлия Вячеславовна - доцент, преподаватель. Кафедра цифровой экономики и управления. |  |
| Сроки выполнения проекта | дата начала работы – дата окончания работы |  |
| Тип проекта | Социальный |  |
| Проблема, которую решает проект | В Великом Новгороде существует потенциал для развития гастрономического туризма, однако отсутствие системной информации о местной кухне и заведениях, предлагающих её, препятствует привлечению туристов и снижает их удовлетворённость от поездки. Туристы сталкиваются с трудностями в поиске аутентичных ресторанов и кафе, предлагающих блюда региональной кухни, что негативно влияет на их опыт и желание рекомендовать город другим. |  |
| Эффекты и индикаторы успешности реализации проекта | Увеличение туризма в Великом НовгородеУвеличение количества традиционных Новгородских блюд в заведениях Великого Новгорода Рост популярности и интереса к традиционных блюдам Великого Новгорода  |  |
| Актуальность  | В Великом Новгороде есть перспективы для гастрономического туризма, но недостаток информации о местной кухне и ресторанах мешает привлечению туристов. Это затрудняет поиск аутентичных заведений, снижая качество их поездки и желание рекомендовать город. |  |
| Целевая аудитория  | Туристы и потенциальные туристы:- Внутренние туристы- Международные туристы- Потенциальные туристы:Рестораны и гастрономические заведения Великого Новгорода:- Независимые рестораны и кафе- Отели и гостиницы |  |
| Цель  | Повышение привлекательности Великого Новгорода как туристического направления , стимулируя рост числа туристов и развитие местной экономики за счетразвития гастрономического туризма. |  |
| Задачи  | 1. Выявление актуальных гастрономических предпочтений студентов-новгородцев. Этопозволит определить, какие местные продукты и блюда наиболее интересны и популярны.2. Анализ существующего предложения гастрономического туризма в Великом Новгороде. Оценка доступности, качества и разнообразия предлагаемых услуг.3. Создание информационной брошюры для туристов, содержащей актуальную и привлекательную информацию, основанную на результатах исследования. |  |
| Конкуренты и аналоги | Сайт novgorod.travelЖурналы и газетыИнтернет-ресурсы (Яндекс.Карты, Google Maps) |  |
| Новизна | Чем ваше решение принципиально отличается от аналогов и конкурентов? Преимущества вашего решения |  |
| Риски | Внешние и внутренние риски. Их оценка и меры по предотвращению |  |
| Результат/продукт | создание брошюры, которая будет содержать в себе актуальную информацию о гастрономических заведениях Великого Новгорода. Наш продукт будет отличаться от таких конкурентов как: Сайт novgorod.travel, Интернет-ресурсов (Яндекс.Карты, Google.Maps) и журналов и газет своей абсолютно бесплатной ценой, свободным доступом, красивым дизайном, а так же практичностью. |  |
| Ключевые характеристики продукта:А. ИсчислимыеБ. Неисчислимые | Представьте не менее трех исчислимых показателей и не менее двух неисчислимых  |  |
| Необходимые ресурсы, в том числе смета расходов |  |  |
| Источник и объемы доходов | Так как трек проекта-социальный, доходы не предусмотрены. |  |
| Каналы продвижения | Один – два основных канала продвижения с учётом поведения вашей целевой аудитории. Один запасной с учетом слабых сторон основных каналов |  |
| Партнеры, в том числе заказчик проекта | Возможные/реальные партнеры проекта, их интересы |  |
| Достигнутый уровень результата | ПрототипMVPГотовый продукт |  |
| Этап реализации | КонцепцияАпробированДоработан по результатам апробацииПодготовлен к продажеПредставлен на акселераторы, конкурсы, гранты |  |