



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Югорский государственный университет»**  
**(ФГБОУ ВО «ЮГУ»)**

---

Инициативный проект  
«Культурный код ВШЦЭ»

**Инициативная группа проекта**

Половинкина Анна Ильинична  
Богатова Александра Александровна  
Радченко Олеся Вячеславовна  
Демидович Илья Дмитриевич

г. Ханты-Мансийск, 2026 г.

## Термины и определения

*Мерч* – брендированная продукция, которую компания создает для повышения узнаваемости

*ВШЦЭ* – Высшая школа цифровой экономики

*Свитшот* – разновидность трикотажного свитера с длинными рукавами, который не имеет капюшона, карманов или молнии.

**Актуальность проблемы** обусловлена отсутствием одежды с фирменной символикой Высшей школы цифровой экономики. Наличие собственного мерча играет важную роль в формировании идентичности студентов, усиливает чувство принадлежности к сообществу и способствует развитию корпоративной культуры. Кроме того, брендированная продукция может использоваться в качестве поощрения за участие в мероприятиях, что станет дополнительным стимулом для проявления активности и вовлечённости студентов в жизнь университета. В перспективе это также положительно скажется на имидже высшей школы, делая её более привлекательной и узнаваемой в глазах абитуриентов.

## Цель инициативного проекта в формате SMART

<b>S</b>	Разработать дизайн и организовать выпуск партии фирменной одежды с символикой ВШЦЭ
<b>M</b>	Изготовить 50 комплектов, каждый из которых включает свитшот и 4 нашивки с оригинальным дизайном
<b>A</b>	Реализовать проект за счёт разработки макетов и последующего изготовления нашивок и закупки свитшотов
<b>R</b>	Проект направлен на повышение имиджа Высшей школы, укрепление студенческой идентичности и мотивацию обучающихся к участию в университетских мероприятиях

<b>Т</b>	Реализовать проект за 3 месяца
----------	--------------------------------

### **Задачи инициативного проекта**

1. Проведение опроса среди участников актива ВШЦЭ с целью выявления потребности в создании брендированной одежды.
2. Разработка концепции и дизайна фирменной одежды с учётом результатов опроса и визуальной идентичности Высшей школы.
3. Организация закупки базовых изделий и последующее взаимодействие с производством (типографией) для изготовления брендированной продукции.
4. Распространение мерча среди активных студентов, а также реализация коммуникационной кампании по его продвижению внутри университета.
5. Проведение итогового опроса и анализа обратной связи с целью оценки эффективности проекта и выявления направлений для его дальнейшего развития.

### **Определение благополучателей (целевая аудитория)**

Прямые благополучатели – студенты-активисты Высшей школы цифровой экономики.

Косвенные благополучатели:

- Руководитель ВШЦЭ;
- Преподаватели ВШЦЭ;
- Абитуриенты;
- ЮГУ.

### **Ожидаемые результаты от реализации инициативного проекта**

После реализации проекта ожидается повышение узнаваемости и укрепление имиджа Высшей школы цифровой экономики как современного и сплочённого образовательного сообщества. Наличие фирменного мерча будет способствовать формированию у студентов чувства принадлежности к

ВШЦЭ, усилит их вовлечённость и внутреннюю коммуникацию.

Предполагается рост активности обучающихся в университетских мероприятиях, а также увеличение числа студентов, проявляющих инициативу в их организации и участии.

Основным результатом проекта станет формирование устойчивой студенческой идентичности и развитие активного сообщества ВШЦЭ, в котором студенты не только участвуют в мероприятиях, но и выступают их инициаторами, усиливая тем самым культурную и внеучебную жизнь высшей школы.

### **Мероприятия по реализации инициативного проекта**

#### 1 этап. Подготовительный (Инициация и планирование)

- Формирование проектной команды и распределение ролей и зон ответственности;
- Проведение опроса среди студентов и сбор информации о потребности в создании фирменной одежды Высшей школы.

#### 2 этап. Основной (Реализация)

- Разработка дизайна нашивок и общей концепции фирменной продукции;
- Создание и утверждение прототипа;
- Закупка партии свитшотов и производство нашивок;
- Предоставление готовых комплектов активным студентам в качестве поощрения, а также их использование в рамках мероприятий Высшей школы.

#### 3 этап. Заключительный

- Проведение итогового опроса и сбор обратной связи;
- Реализация кампании по продвижению мерча среди студентов.

### **Бюджет проекта**

Статья бюджета	Количество, шт.	Цена за единицу, руб.	Всего стоимость, руб.
Свитшоты	50	931	46 550
Производство нашивок	200	200	40 000
Итого:	250	1 131	86 550

**Нефинансовый вклад (трудовое участие) студентов, партнёров,  
бизнесменов города**

- Студенты выступают основными благополучателями проекта и принимают участие в опросах, направленных на выявление потребности в мерче;
- Участие студентов в разработке идей и обсуждении концепции фирменной продукции.