

ДОГОВІР № ЗАVS51-1851
про надання гранту

м. Київ

«16» *серпня* 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Товариство з обмеженою відповідальністю "КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ" (далі – Грантоотримувач) в особі Директора Пузька Миколи Миколайовича, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «Чарівний світ.UA» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проєкт до 30 жовтня 2020 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проєкт реалізується згідно з робочим планом реалізації Проєкту, визначеним у розділі XI проєктної заявки.
3. Для підтвердження реалізації Проєкту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проєкту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.
4. Датою завершення реалізації Проєкту є день підписання Фондом акта про виконання Проєкту.

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 4 337 383 грн. 06 коп. (чотири мільйона триста тридцять сім тисяч триста вісімдесят три гривні 06 копійок) без ПДВ.
2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіком платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.
3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проєкту.
4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.
5. Перерахування коштів здійснюється в безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проєкту відповідно до умов цього Договору.
2. Грантоотримувач зобов'язується:
 - 1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;
 - 2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);
 - 3) реалізувати Проєкт у строки, визначені у пункті 1 розділу II цього Договору;
 - 4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проєкту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;
 - 5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі

обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту;

6) зберігати бухгалтерську документацію до Проекту протягом трьох років з моменту підписання акту про виконання Проекту;

7) самостійно врегульовувати правовідносини з третіми особами, які пов'язані з виникненням (набуттям) прав на об'єкти авторського права і (або) суміжних прав, використанням таких об'єктів, розпорядженням майновими правами і охороною майнових прав на ці об'єкти, а також охороною особистих немайнових прав відповідно до вимог Закону України "Про авторське право і суміжні права";

8) відповідно до чинного законодавства України не допускати наявності у Проекті (продукті Проекту) пропаганди війни, насильства, жорстокості, фашизму і неофашизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, приниження нації, неповаги до національних і релігійних святинь, а також наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

3. Фонд має право:

1) ознайомлюватися з первинною документацією, пов'язаною з реалізацією Проекту;

2) вимагати від Грантоотримувача будь-які документи, інформацію та пояснення щодо його дій, пов'язаних з виконанням цього Договору та реалізацією Проекту;

3) використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, отримані в процесі реалізації Проекту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності;

4) здійснювати контроль та моніторинг реалізації Проекту, у тому числі за місцезнаходженням Грантоотримувача та/або за місцем фактичної реалізації Проекту.

4. Фонд зобов'язується:

- 1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;
- 2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.
2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.
3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проєкту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем або чинним законодавством.
2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.
3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проєкту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.
4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМИ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проєкту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

тридбання товарів, виконання робіт, надання послуг, що не пов'язані з реалізацією Проєкту;

витрати по оплаті посередницьких послуг;

витрати по оплаті товарів, робіт і послуг, які були вже або будуть профінансовані за рахунок інших джерел до або після підписання цього Договору (подвійне фінансування);

витрати, пов'язані з реалізацією проєктів, які мають на меті отримання прибутку;

витрати на утримання установ, організацій, з тому числі тих, що є учасниками проєктів;

витрати на підготовку проєктної заявки для подання на конкурсну програму Фонду;

втррати, в результаті курсових різниць;

витрати (замовлення товарів, робіт, послуг), які здійснюються між пов'язаними особами (відносини між якими можуть впливати на умови, або економічні результати їх діяльності чи діяльності осіб, яких вони представляють);

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

1. Грантоотримувач веде належний бухгалтерський облік та звітує перед Фондом в процесі реалізації Проєкту в порядку, передбаченому цим Договором.

2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проекту.

ІХ. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

1. У разі істотних порушень умов цього Договору, визначених Законом України «Про Український культурний фонд», його може бути розірвано за заявою Фонду в односторонньому порядку.

2. Рішення Фонду про розірвання цього Договору приймається за наявності факту істотного порушення його умов.

3. У разі дострокового розірвання цього Договору внаслідок використання будь-якої частини гранту не за призначенням або з порушенням чинного законодавства Грантоотримувач зобов'язаний протягом 20 календарних днів з дня отримання повідомлення про розірвання цього Договору в односторонньому порядку повернути у повному обсязі перераховані Фондом кошти.

Х. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

1. У разі виникнення форс-мажорних обставин Сторони звільняються від своїх зобов'язань за цим Договором. Форс-мажорними обставинами визнаються усі обставини, визначені Законом України «Про торгово-промислові палати в Україні».

2. У разі настання таких обставин кожна зі Сторін має повідомити іншу у письмовій формі протягом 5 календарних днів.

ХІ. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

1. Тлумачення умов цього Договору здійснюється відповідно до норм чинного законодавства України.

2. Усі спори або розбіжності, що впливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або

його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2020 року.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

2 У разі зміни уповноваженої особи Сторони невідкладно повідомляють одна одну.

3. Обмін інформацією відбувається між Сторонами будь-якими можливими та прийнятними засобами зв'язку.

4. Електронне повідомлення вважається отриманим Стороною-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що воно не було відправлено. У цьому разі Сторона, яка направляє повідомлення, має негайно відправити його ще раз за будь-якими іншими відомими та попередньо визначеними адресами, зазначеними у пункті 6 цього розділу.

5. Кореспонденція, що направляється Сторонами з використанням послуг поштового зв'язку, вважається отриманою Стороною в установленому законодавством порядку.

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.audiovisual@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Пузько Микола Миколайович, директор,

7. Грантоотримувач вживає всіх необхідних заходів для запобігання випадкам, коли неупереджене та справедливе здійснення цього Договору конфліктує з особистими інтересами (інтересами членів родини), інтересами економічного характеру чи будь-якими іншими подібними інтересами (далі – Конфлікт інтересів).

8. Про будь-який випадок, що містить або може призвести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

9. Фонд та Грантоотримувач зобов'язуються дотримуватись конфіденційності щодо інформації та змістових матеріалів Проекту, які стали відомі під час виконання цього Договору.

10. У разі якщо правила і процедури для Грантоотримувачів вимагають проведення публічних закупівель, такі правила і процедури мають відповідати національним або міжнародним стандартам та принципам прозорості, пропорційності, ефективного фінансового управління, рівного ставлення і відсутності дискримінації.

11. Грантоотримувач погоджується, що будь-які персональні дані, зазначені у цьому Договорі, обробляються Фондом відповідно до Закону України «Про захист персональних даних».

12. Договір складено українською мовою у двох примірниках (по одному для кожної зі Сторін), що мають однакову юридичну силу.

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

Невід'ємними частинами цього Договору є додатки до нього, а саме:

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

- додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;
 додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту;
 додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:
 01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19
 Адреса для листування:
 01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12
 ЄДРПОУ: 41436842
 Банківські реквізити:
 Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві
 Р/р: UA608201720343110001000000458
 МФО: 820172
 Тел.: +38 (044) 504-22-66



Виконавчий директор

Ю.О. Федів

Грантоотримувач

ТОВ "КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ"

Юридична адреса:
 01103, м. Київ, вулиця Кіквідзе, будинок
 41, Літера А, офіс 40
 Адреса для листування:
 01103, м. Київ, вулиця Кіквідзе, будинок
 41, Літера А, офіс 40
 ЄДРПОУ/ІПН: 38812792
 Банківські реквізити:
 Назва банку/філії: ПЕЧЕРСЬКА ФІЛІЯ
 КБ «ПриватБанк»
 Р/р: UA213007110000026006052692164
 МФО: 300711
 Тел.: +380672982428



Директор

М.М. Пузько

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3AVS51-1851
від «16» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Аудіовізуальне мистецтво

Лот: ЛОТ 5. Анімаційні та відеоігри, мобільні додатки

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3AVS51-1851

Назва проекту: Чарівний світ.UA

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Аудіовізуальне мистецтво

Лот

ЛОТ 5. Анімаційні та відеоігри, мобільні додатки

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

аудіовізуальне мистецтво

Ключові слова за напрямом (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)

цифрові технології

нематеріальна культурна спадщина

Назва проекту

Чарівний світ.UA

Назва проекту англійською мовою

Magic World.UA

Директор



Коротка інформація про проект, яка включає мету та результати (до 100 слів)

Чарівний світ.UA - це мобільний додаток з елементами анімаційної гри та доповненої реальності (AR), мета якого - збереження та популяризація української міфології. Чарівний світ.UA - стратегічний проект для національного культурного простору, який планується реалізувати в декілька етапів. Першим з них є комунікація з дитячою аудиторією на всій території України - знайомство з багатим світом українських міфів, легенд та міфічних персонажів, який "оживе" в сучасному ігровому додатку, завдяки роботі талановитих ілюстраторів, 3D-дизайнерів та доповненій реальності. Наступні етапи - розвиток створеної платформи, яка стане цифровою домівкою для міфічних персонажів, та виведення української міфології на міжнародний рівень знання.

Коротка інформація про проект англійською мовою, яка включає мету та результати (до 100 слів)

Magic World.UA is a mobile application with elements of an animated game and augmented reality (AR), which aims at preserving and promoting mythology of Ukraine. Magic World.UA is a strategic project that will support and promote culture of Ukraine, and will be implemented in several stages. During the first stage - we will engage with the children and introduce them to the rich world of Ukrainian myths, legends and characters. Using augmented reality and creative work of the talented illustrators, 3D designers who will bring the mythological characters to life in the modern game application. The next stages will include the development of a comprehensive online platform which will become a digital home for the mythological characters and their stories and will help promotion of rich Ukrainian mythology among wider international community.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
4337383.06

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
4337383.06

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).

0

Географія реалізації проекту: населений пункт, область (якщо поза межами України — зазначте країну)

Оценсор



Населений пункт

Київ

Населений пункт

Львів

Населений пункт

Територія представлення результатів проекту та комунікації - вся Україна

Початок проекту

червень 2020

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

Партнери проекту

Немає

Ваш основний продукт

Мобільний додаток

Інформація про контактну особу**Прізвище, ім'я та по-батькові**

Пузько Микола Миколайович

Телефон**Електронна пошта****Функції в проекті**

Керівник проекту

Інформація про організацію-заявника

Директор



Повна назва організації-заявника

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ"

Повна назва організації-заявника англійською мовою

CONTENT MARKETING LLC

Організаційно-правова форма

Товариство з обмеженою відповідальністю

Код ЄДРПОУ

38812792

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)

36103347707

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ ЛОТУ

62.01 Комп'ютерне програмування, 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність, 73.11 Рекламні агентства

Дата реєстрації організації

2013-07-04

Юридична адреса організації

м. Київ, вулиця Кіквідзе, будинок 41, Літера А, офіс 40

Поштова адреса організації

01103, м. Київ, вулиця Кіквідзе, будинок 41, Літера А, офіс 40

Фактична адреса організації

м. Київ, вулиця Кіквідзе, будинок 41, Літера А, офіс 40

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації

<https://contentmarketing.com.ua/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Пузько Микола Миколайович

Директор



Телефон

Електронна пошта

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи має керівник організації судимість/притягнення до адміністративної відповідальності за вчинення правопорушення/злочину у сфері корупційних зловживань, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації
Пузько Микола Миколайович

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до відповідальності у сфері корупційних зловживань? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно вашої організації на момент подання заявки?
Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

Команда ТОВ «Контент-Маркетинг» має всі необхідні інструменти для створення проекту: професійну комп'ютерну техніку та програмне забезпечення, які необхідні для розробки мобільного додатку та контенту, а також необхідних дій для популяризації проекту. Основні засоби: Персональні комп'ютери (4 шт.); Нематеріальні активи - Ліцензії на програмне забезпечення, необхідне для розробку проекту та створення текстового і графічного кснтенту; Трудові ресурси - Штатних працівників -



2, Залучених - 12; Матеріальних ресурсів - немає; Фінансові ресурси - наявні в розмірі 30 тис.грн

Дохід за звітний період

687278

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Так, у 2019 у ролі заявника

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

Додайте активні посилання на успішно реалізовані проекти за підтримки УКФ, якщо такі були

Немає

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ? Якщо так, назвіть цей проект та додайте активні посилання на інформацію з відкритих джерел на цей проект

Ні

Приклади успішно реалізованих проектів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років

Проект

Не було проектів, профінансованих за кошти інших донорів

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни

Міфологія - основа національної свідомості та культури. Міфічні персонажі - є архетипами, через які людина з дитинства усвідомлює національну ідентичність та приналежність до певної культури.

Українська ж міфологія є однією з найбагатших у світі (за твердженням науковця Сергія Плачинди, давньоукраїнська міфологія була основою для міфології всіх індо-європейських народів), пантеон міфічних божеств та створінь налічує сотні персонажів з унікальними історіями та образами. При цьому вона найменш візуалізована і майже не представлена в сучасному

Директор



цифровому середовищі.

Враховуючи, що більша частина культурного контенту споживається онлайн, через сайти та мобільні додатки, а діти більше користуються Google та YouTube, ніж районною бібліотекою, існує великий ризик втрати та забуття цього значного пласту культурної спадщини.

Ми хочемо це виправити. Щоб Тур, Цур і Чугайстер були популярнішими за Людину Павука, Халка та Дедпула, замість Кена та Барбі малеча гралася з Ладом та Ладюю, а туристи везли з собою сувенірні статуетки Купала та Корса (як везуть тролів з Норвегії та леприконів з Ірландії)...

А почати плануємо з дитячої та підліткової аудиторії: познайомити їх з чарівним світом української міфології, використавши методологію едьютейнменту - через ігровий мобільний додаток з елементами доповненої реальності.

Таким чином, реалізація проекту відбувається у площині одразу кількох пріоритетів Українського культурного фонду:

- 1) Візуалізація та діджиталізація міфічних персонажів - забезпечує збереження важливої частини культурної спадщини, а використання при цьому сучасних стилів та технік вводить традиційну культуру в сучасний загальносвітовий культурний контекст;
- 2) Створення мобільного додатку з доповненою реальністю та використання методології едьютейнменту - є інноваційним підходом в освіті підростаючого покоління (з використанням цифрових технологій);
- 3) Втілення традиційних персонажів за допомогою сучасних творчих інструментів, технічних інновацій та діджитал-платформ - забезпечить створення конкурентноспроможного культурного продукту, який зможе не лише задовольнити культурні потреби цільової аудиторії в Україні, а і представляти українську культуру на міжнародному рівні.

В результаті виконання проекту молодіжна аудиторія буде залучена до споживання українського культурного продукту, а завдяки сучасній реалізації і використанню інноваційних технологій буде забезпечено споживання контенту у найзручніший, традиційний для молоді, спосіб - через екран смартфона.

В довгостроковому періоді результатом проекту буде сприяння самоідентифікації молоді, як української нації, на всій території України.



Адже нам є чим пишатися - зокрема і найдревнішою міфологією, персонажі якої багатогранніші, ніж герої Марвел чи "Гри престолів". Їх сучасне втілення (як візуальне, так і ідейне) та переведення в "діджитал" формат, сприятиме тому, що дитяча аудиторія зможе ідентифікувати себе з ними (а, не з умовною Людиною Павуком). А оскільки міфічні герої є архетипами, і ця їх особливість буде збережена при реалізації проекту, вони будуть зберігатися з підсвідомості дитячої аудиторії, яка згодом передаватиме їх наступним поколінням.

Обґрунтуйте актуальність проекту для вашої організації (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)

Маючи значний досвід роботи зі створення та розвитку розвитку діджитал-проектів та комунікацій, ТОВ «Контент-Маркетинг» бачить своїм стратегічним завданням використати цей досвід для реалізації проекту, що матиме довгостроковий позитивний вплив на популяризацію української міфології, як загомої частини культури.

Крім того, серед наших стратегічних напрямів - розробка інноваційних видів контенту та форматів комунікації з аудиторією, тому ігровий мобільний додаток з доданою реальністю за методологією едьютейменту, дозволить команді проекту здійснити якісний стрибок у розвитку.

Наша довгострокова стратегія включає виведення українських брендів та проектів з українським контентом на зарубіжний ринок, а також destination маркетинг України, для залучення в країну туристів. Проект Чарівний світ.UA також має довгострокову стратегію, в якій візуалізація персонажів та розробка мобільного додатку для дитячої та молодіжної аудиторії є лише першим етапом.

Тож, маючи всі необхідні ідеї, навички та вміння для реалізації проекту ми прагнемо виступити його авторами та активно займатися розвитком в подальшому.

Як актуальність вашого проекту співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу

Чарівний світ.UA - мобільний додаток, що включає анімаційну гру та елементи догрозненої реальності - інноваційне рішення, спрямоване на збереження української міфології та популяризацію її перш за все серед дитячої та підліткової аудиторії, за методологією едьютейменту.

Директор



Таким чином, проект має культурно-мистецьке, соціальне, та освітнє спрямування, а отже повністю відповідає пріоритетам ЛОТУ "Анімаційні та відео ігри, мобільні додатки" та одному з основних пріоритетів програми - розвитку освітніх ініціатив, впровадженню інновацій, цифрових технологій та діджиталізації у сфері культури.

Крім того, проект Чарівний світ.UA матиме вплив і на формування в Україні спільних цінностей громадянського суспільства, оскільки донеситиме ці цінності до дитячої та молодіжної аудиторії на всій території держави - від Заходу до Сходу і від Півночі до Півдня показуючи спільні архетипи та базові суспільні цінності, які лежать в основі міфології.

Мова проекту - українська. Весь текстовий контент буде створений українською мовою, талановитими копірайтерами і письменниками, а крім того, персонажі будуть озвучені професійними дикторами. Згідно, буде забезпечена відповідність такому важливому пріоритету програми, як забезпечення всебічного розвитку і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на території України.

Чому ваш проект є унікальним?

Унікальність проекту полягає в тому, що вперше в історії України ми здійснюємо комплексну візуалізацію та діджиталізацію пантеону героїв української міфології. Міфічні образи вже використовують в дитячій літературі, кінематографі, анімації (проект Мавка, студії Film.Ua), проте комплексного проекту з сучасної візуалізації, діджиталізації та популяризації міфічних персонажів до цього часу в Україні не було. Ідея такого комплексного підходу належить керівнику проекту, Миколі Пузько, діджитал-продюсеру та письменнику. Ним була продумана концепція та стратегічний план, проведено ґрунтовне вивчення міфів та легенд, розроблені дґрафти ілюстрацій та зібрана зіркова команда творчих та технічних спеціалістів, лідерів думок та експертів, яких об'єднала ідея проекту та усвідомлення його стратегічного значення.

До команди проекту зокрема увійшов Народний артист України Петро Мага - відомий поет, актор, продюсер, телеведучий, режисер, сценарист, який стане продюсером проекту. Команда ілюстраторів та аніматорів - багатократні призери фестивалів Kyiv International Advertising Festival, ADC UA Awards, Effie та престижного міжнародного конкурсу в сфері дизайну AD Black sea (в номінації digital дизайн). Тексти проекту створюватиме вдома дитяча письменниця та поетеса, член Національної спілки письменників України, Світлана Дідух-Романенко, а технічну частину - мобільний додаток»

Дідух-Романенко



реалізують програмісти з понад 10-річним досвідом розробки веб-сайтів, мобільних додатків та платформ.

В якості експертів до роботи над проектом планують долучитися автор понад двадцяти книжок, дитячий письменник Юрій Нікітінський, Наталя Табачин - керівник відомої студії Nravo Kids, що створила мобільні додатки для дітей з мільйонними аудиторіями, ілюстратор Христина Лукашук, що створювали чудові ілюстрації для дитячих книжок Видавництва Старого Лева, та інші.

У якості диктор в проекті ми плануємо залучити лідерів думок, тим самим зробивши додатковий потужний позитивний розголос про проект. Серед відомих особистостей, яких планується залучити: Народний артист України, співак Павло Зіброва, співак; Народна артистка України, співачка Руслана Лижичко; Михайло Войчук - український актор, диктор, теле-радіоведучий, озвучував українсько-ю персонажів Дісней; Олег Стальчук - Заслужений та народний артист України; Борис Георгієвський - український актор театру, кіно та дубляжу, бард. Заслужений артист України; Андрій Середя - український співак, диктор, артист, лідер рок-гурту «Кому В-из», озвучував (в тому числі) героїв голлівудських мультфільмів та інших.

Якісними перевагами проекту є методологія едьютейнменту та спрямованість на дитячу і молодіжну аудиторію - основних споживачів такого пласту культурної спадщини, як міфи і легенди. Використання технології доповненої реальності (AR) є інноваційним підходом для едьютейнмент проектів в Україні, а візуалізовані та діджиталізовані (розміщені в мережі Інтернет в цифровому форматі) персонажі, стануть основою для співпраці з іншими проектами, творчими спільнотами та сталого розвитку проекту в майбутньому.

Чому ваш проект є інноваційним?

В рамках розробки проекту персонажі української міфології, які до цього існували лише в текстових описах та простих малюнках, будуть візуалізовані в форматах ілюстрацій, 3D моделей та AR-анімацій (доповнена реальність).

Для того щоб персонажі були “конкурентоздатні” по відношенню до популярних іноземних героїв, і отримали відгук у цільової аудиторії, вони будуть візуалізовані ілюстраторами в сучасному стилі, а завдання доповненої реальності - “оживити” їх у свідомості користувачів.

Автори



Таким чином ми не просто вирішуємо проблему збереження культурної спадщини, а завдяки інноваціям вносимо її у сучасний культурний контекст. Методологія едьютейнменту, яка сьогодні стає дедалі популярнішою за кордоном, дозволяє в креативний спосіб познайомити дитячу та підліткову аудиторію з важливим пластом національної культури.

Реалізація проекту стане основою для подальших розробок в сфері ігрових та освітніх мобільних додатків, що базуються на історичній та культурній спадщині українського народу.

Для організації заявника проект стане важливим соціальним внеском в збереження та популяризацію культурної спадщини і досвідом розробки масштабного проекту з використанням доповненої реальності.

Як ваш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?

В культурно-мистецькому процесі десятиліття Чарівний світ.UA стане значним етапом у діджиталізації культури та збереженні культурної спадщини, зокрема серед проектів, які вже підтримав Український Культурний Фонд.

Оскільки наш проект поєднує в собі ряд інноваційних технологій та підходів, він доповнюватиме кілька секторів, що розвиваються.

Зокрема це VR та AR проекти, в тому числі освітні. Наприклад - друкована книга с AR-додатком "Кобзарева абетка", проект "Digital-сузір'я муралів на карті України", віртуальна галерея PINSEL_AR, додаток AR.TEFACT, що використовувався в рамках фестивалю Burning Man і дозволяв потрапити у змодельований віртуальний світ Чорнобиля.

Враховуючи, що Чарівний світ.UA відтворюватиме та діджиталізовуватиме культурну спадщину, це суттєво доповнить сектор віртуальних музеїв, в якому вже з'явилися такі проекти як "Музейна галерея раритетів в 3D форматі", "Віртуальний музей нематеріальної культурної спадщини України", віртуальний архів-музей "Скарби України".

Освітніх мобільних додатків, які знайомлять широку аудиторію з українською культурою, на сьогодні вкрай мало (у 2019 році реалізовано проект "Bandura on-line"), тому Чарівний світ.UA буде важливим кроком у розвитку цього сектору, враховуючи, що понад 50% аудиторії користувачів Інтернет використовує для отримання інформації саме мобільні девайси.

І звісно проєкт направлений на те, щоб активізувати процес використання міфічних сюжетів в аудіо-візуальному секторі, зокрема у кінематографі та мультиплікації, та вивести його на якісно новий рівень. На сьогодні яскравим прикладом такого вдалого використання є проєкт Мавка, студії Animagrad та Film.UA Group.

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проєкт у перспективі кількох років?

Ми плануємо, що у перспективі кількох років Чарівний світ.UA стане не лише популярним едьютейнмент проєктом серед дитячої аудиторії, приверне увагу до міфслогії, як значної частини культурної спадщини, але і дасть поштовх використанню міфічних персонажів в різних секторах культури та мистецтва і стане одним з елементів формування позитивного іміджу країни за кордоном.

Враховуючи діджиталізацію, як державний пріоритет (держава в смартфоні), візуалізація та перенесення міфологічних персонажів в цифрові формати дозволить легко та зручно використовувати напрацювання проєкту в інших культурних проєктах.

Також ми розраховуємо, що Чарівний світ.UA сприятиме ідеологічному об'єднанню суспільства, виступаючи нагадуванням про спільне древнє коріння для дорослих та створюючи для дітей єдину парадигму світосприйняття через призму співпереживання та наслідування спільних міфічних героїв для різних куточків держави.

Цілі проєкту

Ціль

Створення "рейтингу" міфічних персонажів (в українській міфології існує сотні різних персонажів, але для початку нам необхідно вибрати серед них найцікавіших та найперспективніших з точки зору візуалізації та комунікації) та забезпечення відповідності персонажів, що будуть створені, етнографічним даним.

Завдання 1

Зібрати та систематизувати інформацію про міфічних персонажів: опрацювання літературних джерел, монографій, музейних експозицій. Створити лонг-лист (довгий список) персонажів, які можуть бути візуалізовані в рамках проєкту.

Директор



Завдання 2

Створити експертну групу до складу якої увійдуть спеціалісти з великим досвідом роботи за напрямками: етнограф, художник-ілюстратор, дитячий письменник, педагог, дитячий психолог, режисер та продюсер кіно і анімаційних фільмів, експерт з мобільних додатків для дітей, сценарист кіно та анімаційних фільмів (детальніше про експертів та критерії їх відбору - див. у пункті інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту). Провести опитування та консультації з експертами, відібрати шорт-лист (короткий список) з 20 персонажів з описом, а також розробити (експертною групою) критерії оцінювання відповідності текстових описів, легенд та візуалізацій, які будуть створюватися, до міфічних (етнографічних) образів персонажів, сучасних світових трендів візуалізації та сприйняття дитячою і підлітковою аудиторією.

Індикатори досягнення цілі

Довгий список складається не менше ніж з 100 персонажів; Зібрано експертну групу; Проведено особисті консультації з кожним експертом та загальне анкетування; Сформовано короткий список з 20 персонажів. Створено систему оцінювання відповідності створених текстових описів, легенд та візуалізацій до міфічних (етнографічних) образів персонажів, що дозволяє оцінити кожен персонаж не менше ніж по 10 критеріям; Створено документи: 1. Звіт про здійснену роботу експертної комісії проекту; 2. Звіт про проведений відбір 20-ти персонажів; 3. Опис відібраних 20-ти персонажів для реалізації проекту.

Ціль

Якісна візуалізація міфічних персонажів, з урахуванням відповідності історичним образам та сучасним світовим трендам.

Завдання 1

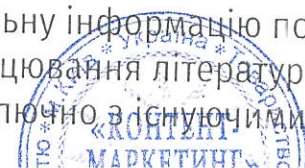
Створити "Біблію проекту" для креативної команди та 2D ілюстрації персонажів.

Завдання 2

Створити 3D моделі та 3D анімації персонажів для використання у доповненій реальності.

Індикатори досягнення цілі

Створено "Біблію проекту", яка включає: детальну інформацію по кожному персонажу, зібрану в результаті опрацювання літературних джерел, етнографій, музейних експозицій (включно з існуючими



історичними зображеннями) та гайдлайн по загальній стилістиці ("фірмовому стилю"), яка має бути дотримана при візуалізації персонажів; Створено 20 ілюстрацій персонажів, що відповідають заданим критеріям оцінювання відповідності, фірмовому стилю та Біблії проекту; Створено 20 3D моделей персонажів; Створено 20 3D анімацій персонажів, що відповідають технічним вимогам використання у доповненій реальності.

Ціль

Створення комплексних аудіовізуальних історій персонажів та брендбуку проекту. Аудіовізуальні історії та брендбук мають забезпечити якісне та ефективне використання персонажів в комунікаційній кампанії проекту та сталий розвиток в майбутньому.

Завдання 1

Створити текстові описи (легенди): персонажів та опис Чарівного світу (міфічної реальності у якій співіснують міфічні персонажі) та бренд-бук проекту.

Завдання 2

Створити аудіо-описи - історії від першої особи (персонажа), озвучені професійними дикторами (акторами).

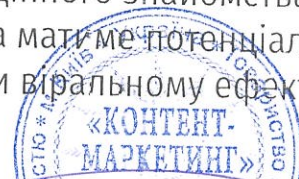
Індикатори досягнення цілі

Створено 20 текстових описів (легенд) персонажів; Створені текстові описи включають характеристики, здібності, історії та особливості існування персонажів, дії та взаємодії між собою, зібрані на основі етнографічних даних та (за необхідності) адаптовані до сприйняття сучасною (в тому числі іноземною) аудиторією; Створено 20 аудіо-описів персонажів; Створено 1 загальний текстовий опис Чарівного світу; Створено 1 загальний брендбук; Брендбук включає загальний фірмовий стиль, логотип проекту, вимоги до їх використання, та 20 брендбуків персонажів, що включають їх логотипи, текстові та аудіо описи, а також візуалізації персонажів в 2D і 3D.

Ціль

Розробка ігрового мобільного додатку з елементами доповненої реальності, що забезпечить можливість повноцінного знайомства цільової аудиторії з міфічними персонажами та матиме потенціал до розповсюдження (зростання аудиторії) завдяки віральному ефекту.

Директор



Завдання 1

Розробити детальний сценарій, сюжет архітектуру та дизайн мобільного додатку.

Завдання 2

Розробити функціонал мобільного додатку та доповненої реальності.

Індикатори досягнення цілі

При розробці сценарію використано методологію едьютейнменту та прийоми віралізації; Створено сценарій та архітектуру гри, які забезпечують повноцінне представлення всіх 20 персонажів; Логіка мобільного додатку відповідає розробленому сценарію та концепції "Чарівного світу"; Створено лайауту (структурні схеми) сторінок мобільного додатку; Створено дизайн оболонки, статичних сторінок та сюжетних ліній мобільного додатку; Створено бета-версію гри (без функціоналу доданої реальності); Створено та відтестовано функціонал доданої реальності; Додаток відтестовано на фокус-групі (не менше 16 осіб); Фінальну версію мобільного додатку завантажено на сайт проекту та мобільні платформи.

Ціль

Інформування цільових аудиторій про проект та залучення їх до взаємодії з проектом (мобільним додатком). Максимально широке розповсюдження інформації про міфічних персонажів серед прямої на непрямої цільових аудиторій.

Завдання 1

Розробка комунікаційної онлайн-платформи проекту.

Завдання 2

Проведення комплексної рекламної кампанії в мережі Інтернет націленої на завантаження мобільного додатку та загальної комплексної промокампанії по проекту.

Індикатори досягнення цілі

Розроблено та запущено промо-сайт проекту; Розроблено та запущено сторінки (акаунти) проекту в соціальних мережах Facebook, Instagram, YouTube; Розроблено контент не менше ніж для 48 публікацій в соціальних мережах; Створено рекламні меседжі та контент (в тому числі відео) таргетовані на різні цільові групи; Проведено рекламну кампанію - з кількістю переходів по рекламних оголошеннях не менше 90 000;



Загальне охоплення склало не менше 1 800 000 показів рекламних повідомлень; Організовано події: фотосесія для PR-кампанії, прес-конференція (онлайн), на якій будуть підбиті підсумки реалізації проекту; Отримано не менше 16 публікацій/сюжетів в ЗМІ (онлайн, телеканали, радіо) та у соціальних акаунтах лідерів думок.

Основна мета проекту

Основна мета проекту Чарівний світ.UA - популяризація української міфології серед молодого покоління (дитячої та підліткової аудиторії) та включення міфічних персонажів, символів та сюжетів в національний та міжнародний культурний контекст. Збереження української міфології для майбутніх поколінь. Загалом проект має стати базою для наступних кроків з розвитку та популяризації української міфології на національному та міжнародному рівні.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряма цільова аудиторія приймає рішення про користування проектом. З нашому випадку - це аудиторія, яка встановлюватиме мобільний додаток та гратиме у гру.

Оскільки прямою цільовою аудиторією є діти та підлітки, ми також відносимо до неї батьків дітей дошкільного віку (які не мають особистого смартфона).

Відповідно, пряма цільова аудиторія складається з наступних цільових груп:

Батьки дітей віком від 2 до 5 років

Діти дошкільного віку (5 до 7 років)

Діти молодшого шкільного віку (7-11 років)

Діти середнього шкільного віку та підлітки (12-17 років)

Детальний опис прямої цільової аудиторії наведено у п.8 Додатку 2.2 (Опис продукту).

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму) аудиторію проекту

До опосередкованих цільових аудиторій належать різні групи, які можуть виступати як користувачами проекту, так і амбасадорами, партнерами, зацікавленими сторонами, а також особи та інституції, які можуть використовувати напрацювання проекту для створення власних культурних продуктів та ініціатив.

Директор



Опосередкована цільова аудиторія складається з наступних цільових груп: вчителі дошкільних та шкільних закладів освіти, доросла аудиторія (батьки, дідусі та бабусі), Міністерство культури України, Міністерство освіти України, продюсери кінофільмів та анімаційних фільмів, керівники дитячих видавництв, розробники комп'ютерних ігор, регіональні управління культури та туризму, виробники сувенірної продукції.

Детальний опис прямої цільової аудиторії наведено у п.8 Додатку 2.2 (Опис продукту)

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Для підтвердження гіпотези про те, що візуалізація та діджиталізація міфічних персонажів і донесення їх до дитячої та молодіжної аудиторії через ігровий мобільний додаток, не лише є інноваційною культурною ініціативою, а і відповідає інтересам та потребам аудиторії, команда проекту провела дві фокус-групові дискусії.

Завданням фокус-групової дискусії було визначити, чи є зацікавленість цільових аудиторії до української міфології в цілому, та з'ясувати які існуючі культурні потреби може задовольнити проект Чарівний світ.UA.

В результаті було визначено такі основні потреби та інтереси:

- 1) Для аудиторії батьків з дітьми 2-9 років - потреба у якісному україномовному контенті, який буде доступний зі смартфона та допоможе швидко розважити або "заколисати" дитину (казка на ніч). Також ця аудиторія зацікавлена у навчально-розважальному контенті, який допоможе розширити кругозір дитини та у цікавій формі познайомити її з історією, культурою, етнографією України,
- 2) Для аудиторії дітей та підлітків - першочергова потреба у нових цікавих форматах діджитал-контенту, зокрема з доповненою реальністю, оскільки більшу частину вільного часу вони проводять зі смартфоном у руках. Ця аудиторія має інтерес до україномовного контенту та української культури, але він має бути якісним та стильним, виконаним на світовому рівні.
- 3) Для кінопродюсерів, розробників ігор та виробників - наявна потреба у нових цікавих образах та персонажах. При цьому, велике значення має якісна реалізація цих образів та можливість отримати готсвий продукт для використання у своїх проєктах.

Посилання на результати "Фокус-групової дискусії Чарівний світ.UA" дивіться у Додатку 2.2.

Директор



У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?

Буде створено доступний для всіх представників цільових груп безкоштовний продукт, який можна буде вільно використовувати на всій території України та за кордоном.

Чарівний світ.UA - унікальний проект, адже ми "оживимо" українських міфічних персонажів, які до цього жили лише у колективній свідомості або на сторінках старих книг. Завдяки мобільній платформі, 3D-візуалізації, доповненій реальності та методології едьютейнменту ми зробимо їх сучасним, дружніми і майже реальними.

Виходячи з визначених, та перевічених в рамках фокус-групового дослідження, потреб та інтересів цільових аудиторій, для основної цільової аудиторії будуть забезпечені:

- 1) потреба у якісному казковому діджитальному продукті українською мовою для найменших ("Хочу щось цікавіше, ніж проста казка на ніч");
- 2) потреба у навчально-розважальному діджитал-продукті, який допоможе глибше та легше пізнати українську культурну спадщину ("Хочу навчатися/ навчати ціказо");
- 3) потреба у аутентичному розважально-ігровому продукті для мобільних платформ ("Хочу грати у своє", "Хочу щоб моя дитина гралася українською мовою");
- 4) потреба у самоідентифікації підростаючого покоління та нових героях ("Хочу грати за Перуна, а не за Тора").

Для непрямих аудиторій проекту будуть забезпечені:

- 1) потреба у нових цікавих образах та персонажах, а також потреба у власне українських автентичних образах;
- 2) потреба у візуалізаціях та розробках на основі яких можна створювати нові культурні проекти та продукти;

Хто є зацікавленою стороною (-ами) проекту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проект чи бути під впливом проекту).

Ми вважаємо, що однією з найголовніших потреб, загальнонаціонального масштабу, є національні архетипи, які виконуватимуть об'єднуючу функцію для аудиторій на всій території України - спільні персонажі з базовими цінностями для Заходу та Сходу. Саме таких персонажів буде відтворено в рамках нашого проекту.

Директор



Відповідно, зацікавленими сторонами є Міністерство культури, молоді та спорту України та Міністерство освіти України, а також регіональні адміністрації. Результати проекту можуть бути використані в культурних та освітніх проєктах, створенні брендів міст та територій, створенні позитивного іміджу та позиціонуванню України в світі, що безперечно справить позитивний вплив на діяльність та розвиток проекту в цілому.

Враховуючи, що персонажі української міфології мають дохристиянське походження, ми передбачаємо, що можливе несприйняття і, як результат, певний негативний вплив з боку священнослужителів православної церкви. Втім, враховуючи, що всі персонажі матимуть позитивні образи і століттями існують у людській свідомості, такий вплив малоімовірний.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.

Соціальна цінність проекту полягає у донесенні до дитячої та підліткової аудиторії важливих суспільних цінностей у ненав'язливій ігровій формі, формування наслідування позитивних поведінкових паттернів через архетипи та казкові образи.

Так, всі міфічні персонажі однаково сильні та важливі у Чарівному світі, хоча мають різні вміння та різну стать, що підкреслює гендерну рівність та права особистості.

Міфічні персонажі, які пов'язані з природою, виконують функції охоронців своїх сфер і зберігають природу, а ті, що живуть поруч з людьми - приходять на допомогу у скрутних ситуаціях. Таким чином ми траслюємо важливість піклування про екологію та допомоги ближнім, які опинилися у скрутному становищі через зовнішні обставини.

Враховуючи, що в діджитал-просторі дуже мало мобільних додатків для дітей українською мовою (а ще менше таких, що виконують розважально-навчальні функції), одна з головних соціальних цінностей проекту Чарівний світ.UA - підтримка української мови, отримання інформації українською та спілкування у різних сферах життя.

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

В рамках Цілі 1, що полягає у створенні "рейтингу" міфічних персонажів та забезпечення відповідності персонажів, що будуть створені, етнографічним даним, визначено наступні показники короткострокових результатів проекту:



- 1) Проведено дослідження українських міфічних персонажів та визначено таких, що мають потенціал для візуалізації та розвитку у казкових, ігрових, навчальних сюжетах;
- 2) Сформовано довгий список персонажів не менше ніж зі 100 персонажів;
- 3) Зібрано експертну групу для відбору міфічних персонажів та оцінки їх візуалізацій, у складі представників різних професій та цільових груп, що дозволяє отримати об'єктивну оцінку;
- 4) Експертна група збалансована по професійним ознакам (детальніше про експертів та критерії їх відбору - див. у пункті інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту).
- 5) Проведено особисті консультації з кожним експертом та загальне анкетування щодо відбору короткого списку персонажів;
- 6) Сформовано короткий список з 20 персонажів;
- 7) Створено систему оцінювання відповідності текстових описів, легенд та візуалізацій, що будуть розроблятися в рамках проекту, до міфічних (етнографічних) образів персонажів;
- 8) Система оцінювання дає збалансований результат, що включає думки всіх учасників експертної групи;
- 9) Система дозволяє оцінити кожен персонаж не менше ніж по 10 критеріям;
- 10) Надано детальну інформацію для Наглядової Ради УКФ, щодо здійсненої роботи експертної комісії, проведеного відбору, та опис 20 персонажів.

В рамках Цілі 2, що полягає у якісній візуалізації міфічних персонажів, з урахуванням відповідності історичним образам та сучасним світовим трендам, визначено наступні показники короткострокових результатів проекту:

- 1) Створено "Біблію проекту" (1 документ) яка включає: детальну інформацію по кожному з 20 персонажів, зібрану в результаті опрацювання літературних джерел, монографій, музейних експозицій (включно з існуючими історичними зображеннями);
- 2) Створено гайдлайн (1 документ) по загальній стилістиці ("фірмовому стилю"), яка має бути дотримана при візуалізації персонажів;
- 3) Створено 20 ілюстрацій персонажів;
- 4) Ілюстрації персонажів відповідають заданим критеріям оцінювання відповідності, фірмовому стилю та Біблії проекту;
- 5) Створено 20 штук 3D моделей персонажів;
- 6) 3D моделі персонажів відповідають фірмовому стилю та Біблії проекту;



- 7) Створено 20 штук 3D анімацій персонажів;
- 8) 3D анімації персонажів відповідають фірмовому стилю та технічним вимогам використання у доповненій реальності.

В рамках Цілі 3, що полягає у створенні комплексних аудіовізуальних історій персонажів та брендбуку проекту, визначено наступні показники короткострокових результатів проекту:

- 1) Створено 20 текстових описів (легенд) персонажів;
- 2) Створені текстові описи включають характеристики, здібності, історії та особливості існування персонажів, дії та взаємодії між собою, зібрані на основі етнографічних даних;
- 3) Створено 1 загальний текстовий опис - концепцію Чарівного світу, який включає умови співіснування та взаємодії персонажів;
- 4) Для озвучування аудіо-описів персонажів залучено до 20 відомих акторів або дикторів (ведучих);
- 5) Створено звукові ефекти для покращення сприйняття аудіо-матеріалу цільовою аудиторією;
- 6) Записано 20 аудіо-описів персонажів;
- 7) Створено 1 загальний брендбук;
- 8) Брендбук включає загальний фірмовий стиль, логотип проекту, вимоги до їх використання, та 20 бренд-буків персонажів, що включають їх логотипи, текстові та аудіо описи, а також візуалізації персонажів в 2D і 3D.

В рамках Цілі 4, що полягає безпосередньо у розробці ігрового мобільного додатку з елементами доповненої реальності, визначено наступні показники короткострокових результатів проекту:

- 1) Створено 1 сценарій гри;
- 2) Сценарій забезпечує повноцінне представлення всіх 20 персонажів;
- 3) Сценарій включає методологію едьютейнменту;
- 4) Створено архітектуру гри;
- 5) Створено структурні схеми сторінок мобільного додатку, відповідно до розробленої архітектури;
- 6) Створено дизайн оболонки мобільного додатку та статичних екранів;
- 7) Створено дизайни сюжетних ліній - не менше 20;
- 8) Здійснено програмування базового функціоналу проекту;
- 9) Здійснено програмування сюжетних ліній - не менше 20;
- 10) Здійснено програмування функціоналу взаємодії користувача з додатком;
- 11) Здійснено програмування функціоналу додатку з камерою і мікрофоном пристрою;



- 12) Здійснено програмування функціоналу - адміністрування мобільного додатку;
- 13) Бета-версія гри розроблена і успішно пройшли тестування на 2х платформах - Android та iOS;
- 14) Здійснено програмування 20 елементів доповненої реальності;
- 15) Здійснено програмування функціоналу доповненої реальності в мобільному додатку;
- 16) Здійснено тестування мобільного додатку з доповненою реальністю;
- 17) Гру відтестовано на фокус-групі (не менше 16 осіб);
- 18) Фінальну версію гри опубліковано;
- 19) Гру успішно завантажили та встановили перші 50 користувачів (на кожній платформі).

В рамках Цілі 5, щс полягає у проведенні комплексної комунікаційної кампанії, визначено наступні показники короткострокових результатів проекту:

- 1) Розроблено та запущено промо-сайт проекту;
- 2) Промо-сайт проекту включає детальну інформацію про проект, персонажів, можливість завантажити мобільний додаток, контактами авторів;
- 3) Розроблено та запущено сторінки проекту в соціальних мережах Facebook, Instagram, YouTube;
- 4) Створено рекламні меседжі та контент таргетовані на різні цільові групи (не менше 4 сценаріїв);
- 5) Розроблено 4 рекламні відео;
- 6) В результаті рекламних кампаній за моделями CPC та CPA (з оплатою за клік, за дію, на платформах Google та Facebook) отримано не менше 90 000 переходів на сторінки проекту;
- 7) В результаті рекламних відео-кампаній отримано не менше 70 000 переглядів відео;
- 8) В результаті комплексної рекламної кампанії (разом за моделями CPC, CPI, відео-реклами) - отримано охоплення аудиторії не менше 1 800 000 показів рекламних повідомлень, в тому числі у соціальних мережах (що відповідає оцінці загальної кількості цільової аудиторії);
- 9) Розроблено контент-план та контент не менше ніж для 48 публікацій в соціальних мережах;
- 10) Проведено заходи з пошукової оптимізації контенту сайту та лінк-білдингу (не менше 16 посилань на сайт);
- 11) В рамках PR-кампанії організовано онлайн прес-конференцію;
- 12) Отримано не менше 16 публікацій/сюжетів в ЗМІ (онлайн, телеканали, радіо) та у соціальних акаунтах лідерів думок;



- 13) Налагоджена комунікація з аудиторією та надання оперативних відповідей на запитання;
- 14) Забезпечено високий рівень комунікації з аудиторією, зокрема швидкість відповіді на запитання - не більше 1 години (в робочий час).

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проекту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

В рамках Цілі 1, що полягає у створенні “рейтингу” міфічних персонажів та забезпечення відповідності персонажів, що будуть створені, етнографічним даним, визначено наступні показники довгострокових результатів проекту:

- 1) Зібрана інформація про 100 міфічних персонажів, оформлена у вигляді 1 електронного документу використовується для створення нових культурних проектів;
- 2) Створена експертна група має спільну довгострокову візію та долучається до розробки і оцінки нових культурно-мистецьких, соціальних, освітніх проектів;
- 3) Розроблена ефективна модель та схема комунікації групи, дозволяє оперативно долучатися до нових проектів;
- 4) Потенціал легенди та образи відібраних персонажів дозволяють використовувати їх у різних культурних проектах та просуванні іміджу регіонів та України в цілому;
- 5) Розроблена система оцінки використовується в наступних подібних, та інших культурних проектах, що мають потребу оцінити певний культурний контент на відповідність історичним (етнографічним) та творчим критеріям;

В рамках Цілі 2, що полягає у якісній візуалізації міфічних персонажів, з урахуванням відповідності історичним образам та сучасним світовим трендам, визначено наступні показники довгострокових результатів проекту:

- 1) Створена “Біблія проекту” логічна та систематизована, та використовується в наступних етапах проекту та в подібних проектах ; 2) Гайдлайн по стилістиці оформлений, структурований та оцінений експертною групою, що дозволяє використовувати його для візуалізації різних міфічних персонажів в майбутньому;
- 3) Ілюстрації персонажів високої якості, використовуються в різних проектах (не лише діджитальних, а і поліграфії, відео, сувенірній продукції);



- 4) Файли ілюстрацій збережені не менше ніж в двох різних форматах, що дозволяє використовувати їх в різних програмах різними спеціалістами;
- 5) Т 3D моделей персонажів високої якості, використовуються в різних проектах (не лише діджитальних, а і поліграфії, відео, сувенірній продукції);
- 6) 3D анімацій персонажів високої якості, використовуються в різних проектах (діджитальних, виробництві відео-продукції, анімаційних фільмах);

В рамках Цілі 3, що полягає у створенні комплексних аудіовізуальних історій персонажів та брендбуку проекту, визначено наступні показники довгострокових результатів проекту:

- 1) Створені текстові описи та легенди адаптовані до сприйняття сучасною, в тому числі іноземною аудиторією, використовуються у інших проектах, в тому числі націлених на іноземну аудиторію;
- 2) Створений опис Чарівного світу містить логічну, структуровану та закінчену концепцію з принципами та моделями, що розширюється та доповнюється ідеями для створення нових культурних проектів (по аналогії зі "Всесвітом Зоряних воєн" Джорджа Лукаса);
- 3) аудіо-описи зібрані у єдиний структурований каталог, та використовуються окремо у форматі аудіо-книги;
- 4) Брендбук проекту оформлений, та надрукований у 5 примірниках, використовується для створення різних міфічних персонажів в майбутньому;

В рамках Цілі 4, що полягає у розробці ігрового мобільного додатку з елементами доповненої реальності, визначено наступні показники довгострокових результатів проекту:

- 1) Сценарій та дизайн отримали схвальні коментарі експертної групи проекту, зокрема дитячого психолога, що демонструє його потенціал до гарного сприйняття цільовими аудиторіями;
- 2) Розроблено функціонал нарахування балів та шейрингу (поширення) додатку з друзями, забезпечує довгостроковий віральний ефект проекту;
- 3) Функціонал гри виконаний за сучасними технологіями та принципами, що забезпечує сприйняття проекту цільовими аудиторіями як сучасного та забезпечить конкурентні позиції серед іншого мобільного контенту;
- 4) Функціонал доповненої реальності виконаний за сучасними технологіями та принципами, що забезпечує сприйняття проекту цільовими аудиторіями



як сучасного та забезпечує конкурентні позиції серед іншого мобільного контенту;

- 5) Гра знаходиться у відкритому безкоштовному доступі і відкрита для скачування, що забезпечує рівний доступ цільової аудиторії до проєкту;
- 6) Реалізовано функціонал шейрингу та нарахування балів за встановлення додатку друзями, що забезпечує віральне зростання аудиторії.

В рамках Цілі 5, що полягає у проведенні комплексної комунікаційної кампанії, визначено наступні показники довгострокових результатів проєкту:

- 1) Промо-сайт проєкту розроблено двома мовами (українською та англійською) та оптимізовано під пошукові системи, що забезпечує вільний доступ цільових аудиторій, в тому числі іноземних, до інформації про проєкт в довгостроковій перспективі;
- 2) Сторінки в соціальних мережах охоплюють різні вікові та соціальні сегменти користувачів, що забезпечує повний та всеохоплюючий контакт з цільовими аудиторіями та можливості прямої комунікації;
- 3) В рамках комунікаційної платформи показано участь Українського культурного фонду, як основного донора проєкту та підкреслено важливість підтримки для реалізації подібних проєктів, що стимулюватиме високий інтерес до діяльності фонду в майбутньому.
- 4) Рекламна кампанія розподілена логічно і системно, щоб забезпечити всебічне інформування аудиторії, як про проєкт в комплексі (мобільний додаток), так і про персонажів, які виступають віртуальними бренд-амбасадорами проєкту, збирають "свою" аудиторію та залучають її до проєкту.
- 5) Шляхом особистої комунікації з користувачами проєкту, сформовано аудиторію амбасадорів проєкту, що забезпечують розповсюдження інформації про проєкт серед своїх цільових груп;
- 6) Проведена пошукова оптимізація та розміщення публікацій в онлайн ЗМІ забезпечує тривалий ефект і постійний притік аудиторії на комунікаційну платформу проєкту та зростання знання про проєкт;

Директор



Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та шляхи їх мінімізації

Ми виділяємо наступні внутрішні ризики, які можуть виникнути, та шляхи їх мінімізації:

1) Помилки в управлінні проектом

Наслідки ризику: високі

Директор
Анна Додо



Ймовірність ризику: низька

Помилки в управлінні проектом - один з найкритичніших ризиків, що може призвести до того, що проект не буде реалізовано. Для мінімізації цього ризику в команду проекту, на всі зони відповідальності, залучаються спеціалісти рівня керівників, з вищою освітою в сфері управління та великим досвідом управління проектами. Зокрема, керівник проекту має вищу освіту за спеціальністю менеджер організацій, та 15 років досвіду успішного управління комунікаційними та ІТ проектами; до проекту залучені спеціалісти рівня керівників з великим досвідом у розробці ІТ-проектів, творчих проектах та комунікаціях.

Буде розроблено детальний план реалізації проекту, за яким керівний склад проекту буде здійснювати регулярний моніторинг виконання творчих, технічних та фінансових показників.

2) Наявність хибних творчих або технічних рішень під час планування проекту, які будуть виявлені під час розробки або після запуску проекту, або виявлення серйозних недоліків в рішеннях, закладених в проект, та виникнення необхідності його переробки

Наслідки ризику: високі

Ймовірність ризику: низька

Планування є дуже важливим етапом проекту. Тому керівний склад команди приділяє плануванню максимальну увагу та здійснює управління проектом за методологіями венчурного дизайну та SCRUM, які допомагають розділити великий проект на малі, чітко вимірювані етапи, та здійснювати швидкий моніторинг і (за потреби) зміни. Крім того, ми формуємо експертну групу, зі складу спеціалістів, що верифікуватимуть прийняті командою рішення на відповідність критеріям, важливим для якісної реалізації проекту та його позитивного сприйняття (відповідності потребам) цільової аудиторії.

Експертна група складатиметься з таких спеціалістів, які мають значні досягнення у своїй сфері діяльності: етнограф, художник-ілюстратор, дитячий письменник, педагог, дитячий психолог, режисер та продюсер кіно і анімаційних фільмів, експерт з мобільних додатків для дітей, сценарист кіно та анімаційних фільмів

Тобто, планування та робота над проектом будуть здійснюватися таким чином, що всі рішення будуть перевіритися заздалегідь, що мінімізує ризики виявити помилки на пізніх стадіях.

Директор



3) Відсутність у учасників проекту мотивації до його реалізації

Наслідки ризику: високі

Ймовірність ризику: низька

Для творчих проєктів відсутність мотивації та натхнення - важливий фактор ризику, адже від результатів роботи творчих одиниць (копірайтерів, ілюстраторів, дизайнерів, аніматорів) залежатиме якість проєкту. Тому ми приділили велику увагу підбору команди і залучили перевірених висококласних спеціалістів з високим рівнем внутрішньої мотивації, самоорганізації та зацікавленості в результатах. Фактично, на етапі формування команди всі її учасники "горять" проєктом. Ми плануємо підтримувати високий командний дух та мотивувати учасників проєкту протягом всього періоду його реалізації, забезпечивши сприятливі умови роботи, активну комунікацію та самореалізацію.

4) Недоліки в виборі технологій реалізації технічної частини проєкту

Наслідки ризику: високі

Ймовірність ризику: низька

Технічна частина проєкту буде реалізовуватися з використанням перевірених фреймворків, що дозволить мінімізувати ризики затримки проєкту та недоліків в кодї онлайн-платформи. Технічна команда проєкту має великий досвід розробки різних ІТ-проєктів, зокрема для мобільних платформ та з використанням AR, що дозволяє мінімізувати ризики у виборі технологій реалізації.

5) Конфлікти технологій при реалізації технічної частини проєкту

Наслідки ризику: високі

Ймовірність ризику: низька

Конфлікти технологій можуть виникати під час розробки ІТ проєктів, але у нашому випадку всі технології та фреймворки давно відомі, як в цілому в сфері розробки, так і технічній команді проєкту, та використовувалися в роботі раніше. Тому ймовірність такого ризику низька.

6) Втрата частини результатів проєкту внаслідок форс-мажору, саботажу учасників проєкту або інших обставин

Наслідки ризику: високі

Директор



Ймовірність ризику: низька

Для уникнення ризику повної або часткової втрати результатів проекту, ми застосуємо кілька технологічних рішень, що забезпечать повне збереження результатів, незалежно від обставин: робота та збереження даних в "хмарному середовищі" (на серверах, які знаходяться в великих міжнародних дата-центрах); розподілені доступи - кожен учасник команди матиме доступ лише до того блоку інформації, який входить до його зони відповідальності; щоденні подвійні (на двох різних серверах) бекапи всіх даних проекту;

7) Перевищення вартості розробки проекту від заявленої

Наслідки ризику: високі
Ймовірність ризику: низька

Перевищення заявленої вартості розробки - важливий фактор ризику, проте заявник та керівники проекту усвідомлюють свою повну відповідальність за досягнення результатів проекту, тому будуть вживатися відповідні організаційні та моніторингові заходи для недопущення настання такого ризику.

8) Конфлікти учасників проекту під час його реалізації

Наслідки ризику: середні
Ймовірність ризику: середня

Конфлікти можливі у будь-якому колективі. Проте з нашого досвіду, конфлікти в творчому середовищі зазвичай мають не лише негативну, а і позитивну природу - у конфлікті народжується істина. Проте завжди існує ризик, що конфлікт може перерости в особистий і вплинути на атмосферу в колективі та реалізацію проекту. Для цього керівний склад проекту буде здійснювати постійний контроль за взаємодією учасників команди та, у разі потреби, вирішувати конфліктні ситуації.

Опишіть зовнішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту, та шляхи їх мінімізації

Ми виділяємо наступні зовнішні ризики, які можуть виникнути, та шляхи їх мінімізації:

1) Політичний, військовий стан в державі

Директор
Гулько Ірина



Наслідки ризику: високі
Ймовірність ризику: низька

Стан в державі має дуже важливе значення для суспільства, його діяльності та його готовності сприймати культурну інформацію. Ми не можемо забувати про факт, що Україна досі знаходиться в стані військового конфлікту, тому розглядаємо цей ризик, як один з важливих зовнішніх факторів. Втім, на даний момент ситуацію можна оцінювати як стабільну. Команда розглядає як можливий шлях уникнення цих ризиків (у разі їх настання) те що проєкт Чарівний світ.UA - віртуальний і його результати (в тому числі проміжкові) будуть розміщені в мережі Інтернет, на захищених серверах (в тому числі закордонних) і будуть доступні на всій території України за наявності доступу в мережу Інтернет.

2) Соціально-економічні ризики - ризик погіршення економічної ситуації в державі, ризик знецінення національної валюти

Наслідки ризику: середні
Ймовірність ризику: середня

Погіршення економічної ситуації в державі, зокрема ризик знецінення національної валюти може вплинути на ту частину кошторису проєкту, яка прив'язана до курсу доллара США. Для мінімізації таких ризиків в усіх договорах будуть закладені жорсткі умови щодо надання послуг (ІТ розробники), а там де це неможливо (наприклад, реклама в Facebook) у разі настання ризику будемо шукати альтернативні шляхи для досягнення індикаторів проєкту, заявлених показників та виконання намічених завдань.

3) Протидія або несприяття реалізації проєкту з боку сторонніх осіб та інституцій

Наслідки ризику: середні
Ймовірність ризику: низька

Для реалізації проєкту планується взаємодія з різними інституціями, зокрема державними (Інститут етнографії, Міністерство культури, Міністерство освіти). Враховуючи культурну та суспільну цінність проєкту, ми розраховуємо та позитивно сприйняття та підтримку проєкту. Проте у разі настання ризику будемо шукати альтернативні способи для реалізації

Діа Енсон



намічених цілей. Якісна реалізація проекту в цілому, не залежить від сприяння чи не сприяння сторонніх осіб чи інституцій.

4)Порушення авторських прав сторонніх осіб або інституцій

Наслідки ризику: високі

Ймовірність ризику: низька

Для мінімізації ризиків порушення авторських прав сторонніх осіб або інституцій, до роботи з проектом буде залучено фахового юриста в сфері інтелектуальної власності, завданням якого буде перевірка всіх можливих елементів проекту на предмет порушення прав третіх осіб, а також розробка юридичної документації по проекту для захисту авторських прав.

5)Комунікаційні ризики - неприйнятні або невиправдані меседжі в комунікаціях з цільовою аудиторією

Наслідки ризику: високі

Ймовірність ризику: низька

Комунікаційні ризики можуть дуже суттєво вплинути на сприйняття проекту цільовими групами. Тому для реалізації проекту ми залучаємо спеціаліста з комунікації, що має багаторічний досвід роботи в великих міжнародних проектах. Всі ключові повідомлення та візуальні меседжі будуть уважно перевірятися та тестуватися, зокрема учасниками експертної групи, яка буде створена в тому числі для моніторингу ідейної та ідеологічної складових проекту. Оскільки основна цільова аудиторія - діти, до експертної групи буде входити дитячий психолог, завданням якого буде оцінка творчої складової проекту та комунікацій на предмет прийнятності для дитячого сприйняття.

6)Несприйняття проекту певними соціальними групами

Наслідки ризику: низькі

Ймовірність ризику: низька

Проект націлений на конкретні цільові аудиторії, потреби та інтереси яких визначені та перевірені фокус-груповим дослідженням. Комунікація проекту буде так само націлена на ці цільові аудиторії, таргетовано. В той

Девелоп



же час, ми плануємо максимально зважену PR-комунікацію по прсекту, яка не зачіпатиме почуття чи інтереси інших цільових груп. Також будет відпрацьовано план антикризових PR-комунікацій, який буде застосований у разі негативної активності в ЗМІ чи соціальних мережах представників певних соціальних груп.

7)Форс-мажорні ситуації (пожежі, повені, природні катаклізми, нещасні випадки)

Наслідки ризику: високі

Ймовірність ризику: низька

Форс-мажорні ситуації завжди мають високий вплив. Проте, враховуючи, що наш проект віртуальний і не прив'язаний до певних фізичних локацій, а також будуть прийняті заходи для уникнення втрат даних (всі дані будуть зберігатися у "хмарі"), можливі природні катаклізми матимуть незначний вплив на результати роботи проекту. Крім того, будуть дотримані всі необхідні заходи з протипожежної безпеки та безпеки праці.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Для мінімізації ризиків та максимізації ефективності розробки проекту, під час його реалізації будуть здійснюватися заходи з моніторингу загального стану, виконання завдань, результативності етапів та індикаторів досягнення цілей, оптимальності використання ресурсів.

Планується проведення як оперативного та тактичного моніторингу (щоденного, щотижневого, щомісячного), так і стратегічний моніторинг на виконання ключових етапів та досягнення основних цілей проекту і відповідності проекту запланованим цілям. Тобто буде побудована ієрархія процесів, завдань та підзавдань, за якою здійснюватиметься моніторинг.

Управління проектом здійснюватиметься за методологіями венчурного дизайну та SCRUM.

Венчурний дизайн – допомагає швидко стартувати, здійснювати гродумані зміни, отримувати швидкі результати та дозволяє зрозуміти на чому сфокусуватися перебуваючи на кожному етапі проекту. Як результат, максимальний фокус та концентрація всієї команди, значно збільшує шанси на успіх.

Директор



SCRUM - допомагає розділити великий проект та малі, чітко вимірювані етапи (спринти), та здійснювати швидкий моніторинг і (за потреби) зміни.

В якості технічного інструментарію, будуть використовуватися рішення, найбільш придатні для відповідних частин команди та специфіки задач (зокрема Worksection, Trello, Google Docs, Bitbucket, Github, InVision) поєднані у єдину логічну структуру.

Моніторинг здійснюватиметься перш за все керівником проекту. Також для кожної з активностей будуть визначені відповідальні виконавці. Такий спосіб моніторингу з використанням сучасних цифрових засобів дозволяє в будь-який момент в онлайн режимі отримати поточний зріз по проекту і в разі потреби підкоригувати той чи інший процес.

Важливою складовою якісної реалізації проекту є експертна група, яка створюється саме для того, щоб здійснювати незалежний моніторинг результатів (зокрема творчих) та всіх етапах реалізації проекту. Відповідно ми будемо виважено підходити до обрання учасників цієї групи, зокрема, використовуючи наступні критерії:

- (1) Експерт-етнограф повинен мати власні наукові дослідження або бути членом групових наукових досліджень з української міфології та демонології. З метою залучення відповідного експерта, команда проекту планує отримати рекомендації від провідного осередку етнологічних, мистецтвознавчих, фольклористичних та музезознавчих досліджень - Інституту народознавства Національної академії наук України.
- (2) Художник-ілюстратор з навиками роботи для дитячої аудиторії повинен мати досвід роботи з ілюстрування дитячих книг хоча б для одного із видавництв, котрі спеціалізуються на сучасній дитячій літературі: «Видавництво Старого Лева», «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», «Фонтан казок», «Знання», «Ранок» та інші.
- (3) Дитячий письменник повинен бути автором не менше двох дитячих книг, або видана дитяча книга автора повинна бути у коротких списках премії «Книга року ВВС»
- (4) Дитячий педагог повинен мати вищу педагогічну освіту і працювати вчителем молодших класів не менше п'яти років.
- (5) Дитячий психолог повинен мати вищу освіту за напрямом "Психологія", а також досвід практичної роботи з дітьми за фахом не менше п'яти років. З метою отримання рекомендацій та інституційної підтримки проекту ми маємо намір звернутись до Національної академії педагогічних наук України, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України та до Української асоціації психології освіти і розвитку.

Директор



(6) Режисер кіно та/або анімаційних фільмів повинен мати досвід роботи режисером, другим режисером, оператором-постановником чи другим оператором при створенні ігрових або анімаційних фільмів протягом останніх 10 років в Україні, або за її межами. Кандидатура буде обрана за результатами творчого конкурсу серед профільних фахівців.

(7) Художник-постановник кіно та анімаційних фільмів повинен мати досвід роботи художником-постановником при створенні ігрових або анімаційних фільмів протягом останніх 10 років в Україні, або за її межами. Кандидатура буде обрана за результатами творчого конкурсу серед профільних фахівців.

(8) Експерт з мобільних додатків для дітей повинен мати успішний досвід в створенні не менше двох мобільних додатків для дитячої та/або підліткової аудиторії на позиціях керівника проекту або продакт-менеджера.

(9) Сценарист кіно та анімаційних фільмів повинен бути автором сценарію ігрового або анімаційного фільму, який був екранізованим протягом останніх 10 років в Україні, або за її межами. Кандидатура буде обрана за результатами творчого конкурсу серед профільних фахівців.

Експертна група буде верифікувати всі творчі рішення команди та інших учасників проекту. Саме завдяки цьому ми отримаємо результат, що буде максимально наближений до користувача. експерти будуть працювати як онлайн, віддалено, так і особисто на брейнштормах і загальних виробничих нарадах. За результатами кожної сесії роботи з експертами будуть формуватись узагальнені висновки та рекомендації, які до наступної сесії будуть втілюватись.

Враховуючи велике значення, амбітність та складність проекту, команда запланувала декілька рівнів моніторингу, тестування та верифікації якості виконання його етапів.

А саме:

(а) Експертна група, яка моніторитиме та оцінюватиме роботу команди на кожному етапі. З експертною групою відбуватиметься постійна взаємодія, протягом всього терміну виконання проекту. До неї входитимуть: етнограф, художник-ілюстратор, дитячий письменник, педагог, дитячий психолог, режисера кіно та анімаційних фільмів, художник-постановник кіно та анімаційних фільмів, експерт з мобільних додатків для дітей, сценарист кіно та анімаційних фільмів. В кошторисі витрати на ці послуги вказані в пункті та підпунктах "з" (Послуги з забезпечення роботи експертної групи проекту та по кожному експерту).

(б) Q&A-тестування - це тестування функціоналу додатку, технічне тестування, яке здійснюватиметься командою розробників, в рамках



розробки мобільного додатку (зокрема QA engineer)

(в) Фокус-група - проведення фокус-групового дослідження з представниками цільової аудиторії (в тому числі дітьми) на етапі готовності бета-версії мобільного додатку для визначення сприйняття готового продукту та реального досвіду користувачів (які персонажі подобаються більше, які почуття та асоціації викликають персонажі, які емоції викликає користування додатком). Дану інформацію команда враховуватиме на етапі фіналізації і випуску альфа-версії додатку, а також у промо-кампанії (на етапі випуску додатку).

Проект передбачає виконання великої кількості творчих та технічних задач у дуже стислі строки, а продукт не є лінійним. Творчі ідеї розвиваються та доопрацьовуються в процесі, з урахуванням різних бачень, точок зору та варіантів виконання. Зокрема, по кожному персонажу будуть малюватися різні концепції, частина з яких гарантовано піде “в кошик”, а найбільш вдалі - до експертної групи і потім у продакшн до розробників додатку і промо-кампанії. Це нормальний робочий процес для творчого проекту високого рівня, саме так створювалися персонажі Disney, Marvel та DC. Для того, щоб комунікація всередині команди відбувалася чітко і результати всіх етапів та ітерацій склалися в один якісний проект, ми і включили в команду цілий ряд спеціалістів з досвідом керівної роботи, а також сформуємо експертну групу, з якою будемо взаємодіяти під час всього строку реалізації проекту

Які ключові повідомлення, яких спікерів буде обрано для поширення інформації про проект серед прямої(-их) цільової (-их) аудиторії (-ій), опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії?

Основним інформаційним приводом та ключовим повідомленням, орієнтованим на широку аудиторію будуть:

- 1) відтворення та діджиталізація українських міфічних персонажів - як унікальний факт переведення древніх образів у сучасний формат та інформаційне поле і появу рідних, національних культурних героїв для підростаючого покоління;
- 2) поява першої української мобільної гри з доповненою реальністю для дітей та підлітків.

Слогани проекту:

- “Українські міфи оживають”,
- “Міфічні герої хочуть познайомитися”,
- “Перша українська мобільна гра з доповненою реальністю”

Разом з назвою та зазначенням інформації про підтримку УКО формується



загальне повідомлення, яке передає ідею проекту та значення підтримки фонду:

- 1) Чарівний світ.UA - Українські міфи оживають - за підтримки УКФ
- 2) Чарівний світ.UA - Міфічні герої хочуть познайомитися - за підтримки УКФ

Ці слогани будуть використовуватися у загальній комунікації орієнтованій на широку аудиторію на всій території України, що включатиме:

- 1) інформаційні публікації у загальнонаціональних онлайн-виданнях, що висвітлюватимуть старт роботи над діجتалізацією міфології для дітей (як інформаційний привід);
- 2) пресс-конференцію про випуск мобільного додатку;
- 3) інформаційні публікації у загальнонаціональних онлайн-виданнях, що висвітлюватимуть появу проекту (поява мобільного додатку, що робить міфологію ближчою для сучасних дітей, як інформаційний привід);
- 4) Зустрічі з державними інституціями;

Для кожної групи цільової аудиторії буде розроблено відповідні ключові меседжі та креативні матеріали, з урахуванням потреб, інтересів та особливостей сприйняття інформації кожної з груп:

Так, для основної цільової аудиторії (батьки, діти, підлітки), будуть використані наступні меседжі:

- 1) "Більше, ніж звичайна казка на ніч" (потреба у якісному казковому продукті українською мовою);
- 2) "Гарний сон приходить з Чарівним світом.UA" (потреба "приспати" дитину)
- 3) "Скачай, грай та знаходь міфічних героїв у своїй кімнаті!" (потреба розважальному україномовному продукті);
- 4) "Найкращий спосіб зацікавити дитину українською міфологією" (для батьків та вчителів - потреба у цікавому навчальному матеріалі);
- 5) "Тор? - ні - Перун! Дізнайся, в чому його перевага!" (потреба у самоідентифікації підростаючого покоління та нових "рідних" героях).

Ці ключові повідомлення комунікуватимуться через різні методи та канали комунікації, для забезпечення ефективного контакту з цільовою аудиторією.

Для опосередкованих цільових аудиторій ключові повідомлення



міститимуть інформацію про можливості та переваги, які надає проект для створення та розвитку нових проектів.

При цьому, комунікація здійснюватиметься спікерами проекту переважно напряму, шляхом особистого листування, повідомлень, дзвінків, та через професійні видання і групи.

Основними спікерами виступатимуть керівник, продюсер проекту та спеціаліст з комунікацій:

- 1) Пузько Микола - керівник проекту, автор ідеї. Український письменник, автор двох книг (під псевдонімом Нік Лисицький), спеціаліст з діджитал-маркетингу та комунікацій - виступатиме ключовим спікером для ЗМІ (як автор проекту), розробників комп'ютерних продуктів;
- 2) Маріанна Зайчикова - спеціаліст з комунікацій проекту. Має 13 років роботи у стратегічних комунікаціях міжнародного рівня. Зокрема для ЮНІСЕФ. Виступатиме спікером для ЗМІ, державних інституцій.
- 3) Петро Мага - продюсер та супервайзер творчої частини проекту. Народний артист України, відомий ведучий, поет, режисер та актор, художній керівник театру «Особистості». Має величезний досвід менеджменту культурних проектів та значний творчий доробок. Виступатиме спікером для аудиторій діячів культури, лідерів думок, кіно та телепродюсерів, керівників видавництв.

Також, відповідно до концепції проекту, спікерами виступлять учасники експертної групи та лідери думок, яких буде залучено до озвучування персонажів. Детальніше - у відповіді на питання про співпрацю з лідерами думок.

Які методи комунікації (відео, аудіо контент, промо кампанії в соціальних мережах, амбасадори, тощо) та канали комунікації (офіційний сайт проекту, соціальні мережі тощо) будуть залучені під час реалізації проекту?

Методи та канали комунікації включатимуть як такі, що дозволяють досягти охоплення широкої аудиторії та інформувати про проект в цілому, так і направлені безпосередньо на скачування мобільного додатку:

Канали комунікації:

- 1) офіційний промо-сайт проекту (детальна інформація про проект, персонажів, можливість завантажити мобільний додаток, контактами авторів);
- 2) мобільні платформи;
- 3) Сторінки проекту в соціальних мережах: Facebook, Instagram, YouTube,



канали Telegram;

4) Рекламні мережі з моделями CPC та CPI - Google Ads, Facebook Ads, Instagram;

5) Платформи розміщення PR-контенту та маркетингу вгливу - Publicfast, PR-News;

6) Онлайн-ЗМІ, телеканали та радіо.

Методи комунікації:

1) CPA промо-кампанії (рекламні повідомлення в мобільних додатках та на сайтах з оплатою за дією);

2) CPC-промо кампанії (рекламні повідомлення в мережі Інтернет з переходом на сайт проекту або сторінку на мобільній платформі);

3) Відео-реклама - рекламні відео на платформах YouTube, Facebook, Instagram;

4) Промо-кампанії в соціальних мережах - просування публікацій офіційних сторінок проекту, публікації в популярних тематичних каналах в Telegram;

5) Публікації лідерів думок та амбасадорів проекту у соціальних мережах;

6) Відео-інтерв'ю з учасниками проекту (зокрема лідерами думок) - бекстейдж проекту на офіційному YouTube-каналі;

7) PR-публікації - інформаційні та іміджеві статті на сайтах в мережі Інтернет.

Як вже було зазначено - основна мета проекту – це популяризація української міфології. Створення мобільного додатку є лише інструментом для досягнення мети і покликаний допомогти ефективніше комунікувати з дитячою та підлітковою цільовими аудиторіями.

Іншим, не менш важливим інструментом, є, власне, промо-кампанія, яка буде спрямована на популяризацію міфічних персонажів та їх нових візуалізацій і проходить впродовж більшої частини строку реалізації проекту.

Нашим пріоритетним завданням в проведенні промокампанії є перш за все донесення до цільової аудиторії ідеї, що українські міфічні персонажі існують, вони цікаві, яскраві і по своїй харизматичності не поступаються іноземним персонажам, Власне для цього, вперше в українській історії ми й розпочали роботу з якісної візуалізації українських міфічних персонажів в контексті відродження української культурної спадщини і її популяризації як в Україні так і у світі.

Ми переконані, що стратегія витрачання значних коштів на створення

Дювалас



продукту при відсутності бюджету на його «доставку» до цільової аудиторії є неприйнятною, адже, при виборі такої стратегії, команда проекту не досягне мети та цілей проекту.

Історія знає безліч кейсів, коли створений продукт не досягав успіху через недостатність коштів на його промоцію.

Ми планували промо-кампанію саме в такому обсязі та форматі, який допоможе ефективно популяризувати мобільний додаток, персонажів, і досягти мети проекту.

Вартість промо-кампанії детально вивірена та базується на нашому досвіді, оскільки проектом передбачається не лише комунікувати з аудиторією щодо конкретної дії (наприклад завантажити додаток), а формувати відкладений попит на завантаження додатку, на стеження за проектом та очікування виходу продукту.

В результаті саме такої кампанії, команда проекту отримає рівномірно зростаюче інформаційне тло, а продукт не «набридне» аудиторії, оскільки на кожному з етапів використовуватиметься різний підхід до контенту – фото, відео (експерти, лідери думок, знаменитості, команда, бекстейдж), 3D зображення тощо.

Саме з метою отримання хорошої конверсії на етапі готового продукту - скачування і встановлення та використання додатку нам необхідно протягом всього строку реалізації проекту формувати аудиторію і формувати у неї відкладений попит на наш застосунок.

Тобто кошти витратимуться на те, щоб кожен відвідувач відчув себе залученим в процес створення застосунку якщо не прямо, то хоча б став слідкувати і всолівати за проектом. І саме такий підхід, у порівнянні з іншими проектами, дозволить нам досягти цілей проекту.

Загальна промоція проекту відбуватиметься в таких напрямках:

(1) промо-сайт проекту – детальний опис проекту, всіх складових, членів команди і т.д. – 40 000 унікальних відвідувачів на кінець проекту за результатами Google Analytics;

(2) сторінки (акаунти) проекту в соціальних мережах Facebook, Instagram, YouTube – формування аудиторії, конверсія на рівні 5-10%, охоплення на рівні 1 200 000 користувачів;

контент не менше ніж для 48 публікацій в соціальних мережах (в тому числі відео) таргетовані на різні цільові групи;

Діагностика



(3) рекламна кампанія - з кількістю переходів по рекламних оголошеннях не менше – 90 000 переходів на сторінки, 70 000 переглядів рекламного відео;

Загальне охоплення не менше 1 800 000 показів рекламних повідомлень; не менше 16 публікацій/сюжетів в ЗМІ та у соціальних акаунтах лідерів думок.

Враховуючи ринкову вартість рекламних активностей, бюджет на промо нижче ринкових показників. Команда проекту має великий досвід реалізації комплексних промо-кампаній, зокрема в діджиталі, тож знає як витратити кожен гривню цього бюджету максимально ефективно і досягти планових показників і мети проекту. Охоплення вказане в заявці командою проекту є цілком реальним та в нашій команді є успішні кейси по досягненню таких показників.

Найбільше, що нас хвилює в даному випадку – це розробити новий, якісний, свіжий та цікавий продукт, який буде на рівні міжнародних розробок, але не змогли донести його до аудиторії за відсутності бюджету на промо.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Висвітлення реалізації та результатів проекту буде відбуватися переважно у Інтернет-ЗМІ, а також на телеканалах та радіостанціях.

У комунікаційному ЗМІ заплановані виходи матеріалів у наступних ЗМІ:

Онлайн ЗМІ:
ukrinform.ua,
unian.ua,
unn.com.ua,
osvita.ua,
relax.com.ua,
4ado.com.ua,
gazeta.ua,
zik.ua та інші.

Телеканали та сайти телеканалів:

1tv.com.ua,
Espresso.tv,
24tv.ua,
UA:Культура,
hromadske.ua

Директор
Гульчико І.І.



Радіостанції: UA:
Українське радіо,
UA: Радіо Промінь,
UA: Радіо Культура

З якими лідерами думок планується співпраця?

Відповідно до концепції проекту, що передбачає створення аудіо-описів міфічних персонажів, ми плануємо залучити до озвучення відомих українських діячів культури - акторів, дикторів, ведучих, співаків. Міфічні персонажі заговорять з аудиторією їх голосами.

І саме ці діячі культури, лідери думок, стануть амбасадорами проекту - розкажуть своїм шанувальникам (зокрема через публікації у соціальних мережах, та інтерв'ю, які буде організовано командою проекту) про проект та представлять своїх персонажів.

Попередній список лідерів думок, яких ми плануємо залучити до проекту:
продюсер проекту Петро Мага - Народний артист України, відомий телеведучий, актор театру, поет;

Павло Зібров - народний артист України, співак;

Руслана Лижичко - народна артистка України, співачка;

Михайло Войчук - український актор, диктор, теле-радіоведучий, озвучував українською персонажів Дісней;

Олег Стальчук - Заслужений та народний артист України, бренд-войс телеканалів «UA: Перший», «Інтер» і «ICTV»;

Борис Георгієвський - український актор театру, кіно та дубляжу, бард. Заслужений артист України;

Ольга Радчук - українська акторка кіно та дубляжу, радіоведуча. Озвучувала українською героїв теле, кіно та мульт-фільмів "Гра престолів", "Свинка Пепа", "Снігова Королева", "Барбі" та понад 100 інших;

Андрій Середа - український співак, диктор, артист, лідер рок-гурту «Кому Вниз», озвучував (в тому числі) героїв голлівудських мультфільмів;

Катерина Сергєєва - одна з найвідоміших актрис дубляжу в Україні;

Ірина Рождественська - артистка театру і кіно;

Саша Кольцова - співачка;

Ілля Ярема - радіо-ведучий;

Аліна Паш - співачка;

Ірина Василенко - співачка, фіналістка шоу X-Фактор 5, понад 5 років озвучує персонажів мультфільмів Дісней.

Також, лідерами думок та спікерами по проекту будуть учасники експертної групи, які кожен відповідно до своєї експертизи та поля роботи будуть



Д. С. С. С. С.

розповідати про проект, про свою участь в ньому та приймати участь в популяризації проекту.

Це будуть зокрема:

- Юрій Нікітінський - відомий український письменник, журналіст, автор понад двадцяти книжок;
- Тетяна Постазна авторка книги «Коли я була лисицею», яка потрапила до коротких списків в премії «Книга року ВВС 2019»;
- Гаврилюк Сергій - український сценарист, актор, Член Української кіноакадемії;
- Ольга Коба - відомий дитячий психолог та психотерапевт, з 2016 року працює з дітьми вимушених переселенців та учасників АТО,
- Христина Лукащук - одна з найкращих ілюстраторок України за версією Vokmal, співпрацює з «Видавництвом Старого Лева»,
- Наталя Табачин - керівник Nravo Kids, що спеціалізується на українських мобільних додатках для дітей (з 2010 року компанія випустила 22 гри з загальною аудиторією 22 мільйони користувачів).

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?

В результаті реалізації комунікаційного плану планується досягти таких показників:

Охоплення: не менше 1 800 000 показів рекламних повідомлень;

Контактів (переходів на сайт/сторінки мобільного додатку): за моделлю CPC та CPA (з оплатою за клік/дію) - не менше 90 000 переходів на сторінки проекту; не менше 70 000 переглядів рекламних відео проекту.

Публікацій: не менше 16 публікацій/сюжетів в ЗМІ (онлайн, телеканали, радіо) та у соціальних акаунтах лідерів думок.

Подій: організовано прес-конференцію онлайн.

Зворотній зв'язок: отримано не менше 45 відгуків та коментарів про гру від цільової аудиторії

Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту?

В рамках комунікаційної кампанії проекту заплановано проведення презентаційних заходів (прес-конференції, зустрічей з державними



Державна аудиторія України

інституціями) та висвітлення проекту в ЗМІ, що забезпечить публічне представлення результатів проекту.

В той же час сам проект, реалізується на базі мобільної платформи, у безкоштовному вільному доступі, тобто буде доступний цільовим аудиторіям в режимі 24/7 за наявності смартфона та доступу в мережу Інтернет. Буде розроблено веб-сайт проекту та створено сторінки в соціальних мережах, для представлення у постійному доступі детальної інформації про проект та забезпечення зворотної комунікації з цільовими аудиторіями проекту.

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з бюджету, грантової підтримки і т.д)?

Чарівний Світ.Ua планується як довгостроковий проект, я якому візуалізація та діджиталізація міфічних персонажів і створення мобільного додатку - лише перший етап.

Ми бачимо своє стратегічне завдання в тому, щоб виконавши цей проект, створити оснсу, яка в майбутньому допоможе розвивати та популяризувати українську міфологію, як частину культурної традиції, в Україні та в усьому світі.

В результаті цього етапу, в рамках якого буде здійснена комунікація з ключовими сегментами цільової аудиторії: дітьми та підлітками, підприємцями у сфері культури, розваг (зокрема виробництва ігор) та туризму, державними інституціями, ми плануємо отримати розголос ідеї проекту та донести до широкої аудиторії можливість та важливість використання українських міфічних персонажів в різних проектах.

Буде надано вільний доступ до проекту та інформації про проект, зокрема і про можливості використання напрацювань проекту, та ініційовано діалог з державними інституціями та підприємцями, щодо перспектив можливостей розвитку української міфології в національних та міжнародних проектах, в тому числі для просування іміджу України за кордоном.

Подальший розвиток проекту буде спрямований на те, щоб у перспективі кількох років Чарівний Світ.Ua став не лише популярним едьютейнмент проектом серед дитячої аудиторії і привернув увагу до міфології як значної частини культурної спадщини, але і дав поштовх використанню міфічних персонажів в різних секторах культури та мистецтва і став одним з

Дякую



елементів формування позитивного іміджу країни за кордоном.

Тому візуалізація та діджиталізація міфічних персонажів і створення мобільного додатку - лише перший етап.

В подальшому ми маємо наступний план дій:

- (1) Розвиток мобільного додатку та комунікація з дитячою аудиторією (для того, щоб награтувати цю аудиторію - ми закладаємо промо-кампанію на весь період реалізації проекту у 2020 році, в подальшому - буде здійснюватися робота, зокрема з цією, сформованою лояльною аудиторією, яка буде амбасадорами проекту).
- (2) Популяризація міфічних персонажів серед інших аудиторій шляхом створення спільних проектів, колаборацій. Ми прагнемо, щоб створених персонажів використовували якомога ширше - у освіті, кіно, книгах, гейм-індустрії, туризмі, сувенірній продукції та ін. Для цього буде здійснюватися безпосередня комунікація з творчою спільнотою, бізнесом та державними інституціями. На першому етапі реалізації проекту (у 2020 році) створюється веб-сайт, проводиться потужна промо-кампанія, а всі матеріали будуть підготовані таким чином, щоб їх можна було використовувати (інтегрувати) в інші проекти.
- (3) Розробка комунікаційної платформи для промо за кордоном (2021). Наші персонажі мають потенціал потрапити в Голлівуд, або в сюжети комп'ютерних ігор, адже студії постійно шукають нові ідеї, а українська міфологія для них поки що зовсім не відома. Для цього ми створимо комунікаційну платформу, орієнтовану на іноземну аудиторію.
- (4) Промо міфічних персонажів, як культурних брендів (2021-2022). Подальший розвиток персонажів - залучення інвестицій та створення культурних проектів міжнародного рівня (кіно, гейм-індустрія), використання у туристичній промоції України (співпраця з Державним агентством розвитку туризму та регіональними туристичними організаціями).

Також ми розраховуємо, що Чарівний світ.UA сприятиме ідеологічному об'єднанню суспільства, виступаючи нагадуванням про спільне древнє коріння для дорослих та створюючи для дітей єдину парадигму світосприйняття через призму співпереживання та наслідування спільних міфічних героїв для різних куточків держави. Для реалізації цих планів

Д. С. С. С.



будемо ініціювати діалог з державними інституціями та активно взаємодіяти зі ЗМІ (в тому числі у форматі спільних проектів).

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Основна мета проекту Чарівний світ.UA - популяризація української міфології, зокрема серед молодого покоління, збереження цього важливого пласту культурної спадщини та включення у сучасний культурний контекст. В рамках досягнення цієї мети, наша організація зацікавлена в максимально широкому розголосі про проект, його результати та досягнення і готова тісно співпрацювати з Українським культурним фондом та іншими організаціями, в рамках комунікаційної кампанії проекту, а також після неї. В тому числі можлива участь керівника проекту в конференціях, фсрумах та семінарах, псв'язаних з діджиталізацією культурної спадщини, культурно-освітніми проектами, проектами збереження культурної спадщини.

Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

Створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту, буде розглядатися з точки зору ефективності та результативності для досягнення мети проекту - популяризації української міфології.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

11

Кількість жінок у команді проекту

6

Кількість людей віком від 17 до 34

6

Кількість людей віком від 35 до 50

11

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Директор



Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

так

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Ні

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО?

так

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб?

так

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт?

так

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю?

так

Чи враховуватимуть меседжі вашого проекту принципи толерантності відповідно до Декларації принципів толерантності ЮНЕСКО

так

Директор



Декларація доброчесності

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників даної програми, з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» та з «Порядком повідомлення про конфлікт інтересів, що виник під час проведення конкурсного відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проекту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів, та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

Я, шляхом підписання проектної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 р. № 2297-УІ надаю згоду Українському культурному фонду на обробку моїх особистих персональних даних.

Я підтверджую, що не отримую іншої фінансової підтримки на витрати, які покриває УКФ.

ПІБ Грантоотримувача

Гулюга І. І.

Підпис



Дата заповнення

Фонд:

Грантоотримувач:



к № 2
 звору про надання гранту № 3AVS51-1851
 в " сервіс " 2020 року

УКРАЇНСЬКИЙ
 КУЛЬТУРНИЙ
 ФОНД

конкурсної програми: Аудіовізуальне мистецтво
 ПОТ-у: ПОТ 5. Анімаційні та відеоігри, мобільні додатки
 Заявника: ТОВ "Контент-маркетинг"
 проекту: Чарівний світ. UA

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
	Український культурний фонд	100,00%	4 337 383,06
	Співфінансування* :		-
1.	Кошти організацій-партнерів		
2.	Кошти місцевих бюджетів		
3.	Кошти інших інституційних донорів		
4.	Кошти приватних донорів		
5.	Власні кошти організації-заявника		
	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього	100,00%	4 337 383,06

у наявності співфінансування, Грантоотримувач має право вирішувати, які статті витрат будуть співфінансуватися.

Директор Лузко М.М.



трат по Гранту (плановий/фактичний)

ика: ТОВ "Контент-маркетинг"

ту: Чарівний світ. UA

№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
			Планові витрати відповідно до заявки				
1	2	3	4	5	6	16	17
II Витрати:							
1	Оплата праці						
1.1	Штатні працівники		5,00	6 306,00	31 530,00	31 530,00	
a	Пузько Микола Миколайович, керівник проекту	місяців	5,00	6 306,00	31 530,00	31 530,00	Строк відкоригований. Залучення керівника проекту до реалізації проекту відбуватиметься на 100%. Оплата праці включає в себе винагороду за безпосереднє здійснення функцій керівника проекту, а також премію за додаткове навантаження, понадурочну роботу та роботу у вихідні дні.
б	Повне ПІБ, посада	місяців					
1.2	За трудовими договорами						
a	Повне ПІБ, посада	місяців					
б	Повне ПІБ, посада	місяців					
в	Повне ПІБ, посада	місяців					
1.3	За договорами ЦПХ						
a	Повне ПІБ, посада	місяців					
б	Повне ПІБ, посада	місяців					
в	Повне ПІБ, посада	місяців					
розділу 1 "Оплата праці":			5,00	6 306,00	31 530,00	31 530,00	
2	Соціальні внески						
2.1	Соціальні внески з оплати праці	місяців	5,00	1 387,32	6 936,60	6 936,60	
a	ЕСВ, 22%	місяців	5,00	1 387,32	6 936,60	6 936,60	
розділу 2 "Соціальні внески":			5,00	1 387,32	6 936,60	6 936,60	
3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)						
3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)						
a	Пузько Микола, потяг Київ - Львів (Львів-Київ)	шт.					Вилучено у зв'язку із необхідністю скорочення бюджету
б	Вартість в'їзтів (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.					
3.2	Вартість проживання (для штатних працівників)						
a	Пузько Микола, Львів, готель	доба					Вилучено у зв'язку із необхідністю скорочення бюджету
б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба					
3.3	Добові (для штатних працівників)						
a	Пузько Микола	доба					Вилучено у зв'язку із необхідністю скорочення бюджету
б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба					
розділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями"							

Директор Пузько М.В.



4	Обладнання і нематеріальні						
4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для						
a	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.					
б	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.					
4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту						
a	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)						
б	Інші нематеріальні активи						
Додаток 4 "Обладнання і нематеріальні активи"							
5	Витрати пов'язані з орендою						
5.1	Оренда приміщення		2,00	4 200,00	8 400,00	8 400,00	
a	вул. Б. Хмельницького 8/16, Укрінформ	годин	2,00	4 200,00	8 400,00	8 400,00	Конференц-зала для проведення онлайн презентації проекту - використовується зала Укрінформ, як основа для проведення онлайн презентації проекту. В залі налаштовано спеціальний відео зв'язок, а також є специфічна аудиторія журналістів, яка стежить за конференціями Укрінформу.
б							
в							
5.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту						
a	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт.					
б	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.					
в	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.					
5.3	Оренда транспорту						
a	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)					
б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості)	км (годин)					
в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)					
5.4	Оренда сценічно-						
a	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)						
б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)						
в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)						
5.5	Інші об'єкти оренди						
a	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)						
б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)						
в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)						
Додаток 5 "Витрати пов'язані з орендою":			2,00	4 200,00	8 400,00	8 400,00	
5	Витрати на харчування та						
1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо						



Директор Ігнатов О.В.

a	Послуги з харчування на	чол.					
б	Послуги з харчування (з	чол.					
в	Послуги з харчування (з	чол.					
Розділ 6 "Витрати на харчування та напої":							
7	Матеріальні витрати						
7.1	Основні матеріали та сировина		10,00	99,90	999,00	999,00	
a	Папір офісний А4	уп.	10,00	99,90	999,00	999,00	Папір офісний закуповуватиметься по мірі необхідності і виключно для реалізації проекту. На даний момент важко спрогнозувати чи команда проекту витратить всі 10 упаковок паперу для реалізації проекту, а також маючи на меті збереження довкілля, ми плануємо закуповувати папір поступово, так щоб максимально використати придбаний без залишку Папір використовуватиметься для підготовки та укладення договорів (понад 50), оформлення звітності по проекту, внутрішнього документообігу між членами команди та ін.
б	Найменування	шт.					
в	Найменування	шт.					
7.2	Носії, накопичувачі						
a	Жорсткий диск (зовнішній) Seagate Backup Plus Hub 6TB	шт.					Вилучено у зв'язку із необхідністю скорочення бюджету
б	Найменування	шт.					
в	Найменування	шт.					
7.3	Інші матеріальні витрати						
a	Найменування	шт.					
б	Найменування	шт.					
в	Найменування	шт.					
Розділ 7 "Матеріальні витрати":			10,00	99,90	999,00	999,00	
8	Поліграфічні послуги						
8.1	Послуги із виготовлення:		6,00	5 650,29	11 451,46	11 451,46	
a	Виготовлення макетів	шт.					
б	Нанесення логотипів	шт.					
в	Друк бренд-буку проекту	шт.	5,00	1 450,29	7 251,46	7 251,46	Повнокольоровий двосторонній цифровий друк та тверда палітурка. Плановий обсяг одного екземпляру - 80 сторінок. Друк доцільний, оскільки це буде одна з підсумкових активностей по реалізації проекту. Бренд-бук в результаті слугуватиме наочним результатом реалізації проекту, в тому числі у якості кількості примірників відкоригована.
г	Друк буклетів	шт.					
д	Друк листівок	шт.					
е	Друк плакатів	шт.					
с	Друк банерів	шт.					
ж	Друк інших роздаткових	шт.					
з	Послуги копірайтера-редактора	послуга	1,00	4 200,00	4 200,00	4 200,00	В цій статті відображені витрати не на редактора в класичному розумінні, що лише редагує текст та виправляє помилки. Ми заклали до вартості послуг й написання текстів та описів для бренд-буку. Виправлено найменування статті витрат
и	Інші поліграфічні послуги	шт.					
Розділ 8 "Поліграфічні послуги":			6,00	5 650,29	11 451,46	11 451,46	
9	Послуги з просування						Основна мета проекту, зазначена у проєктній заповіді - популяризація української міфології. В рамках досягнення цієї мети - створення мобільного додатку є одним з інструментів, який допоможе краще комунікувати з дитячою та підлітковою цільовою аудиторією. Іншим, не менш важливим інструментом, є власне промо-кампанія, яка буде спрямована на популяризацію міфічних персонажів та їх нових візуалізацій і проходитиме впродовж більшої частини строку реалізації проекту. Ми вважаємо, що стратегія витрачання значних коштів на створення продукту при відсутності чи обмеженні бюджету на ризикована, а й така, що може призвести до топ, що кошти на розробку додатку будуть витрачені значні, свою роботу команда проекту виконає на високому професійному рівні, а побачать цей додаток одиниці. Команда проекту приймала до уваги такий розвиток подій на етапі формування заявки та новизни, крутості, унікальності) ми будемо протягом строку реалізації проекту - скачування і встановлення та використання додатку (окрім якості застосунок. Тобто кошти витрачатимуться на те, щоб кожен рекламний запуск був чітко залученням аудиторію і формувати в неї відкладений попит на наш хоча б став слідувати і вболівати за проєкт. І саме такий підхід, у порівнянні з іншими проєктами, дозволить нам досягнути цільових кінцевих результатів реалізації проєкту - встановлення та використання застосунку представниками цільової аудиторії.
a	Послуги з комунікації в соціальних мережах	місяць	4,00	24 500,00	98 000,00	98 000,00	Створення та підтримка сторінок проекту в соціальних мережах Facebook, LinkedIn, YouTube. Залучається SMM-спеціаліст для надання послуг зі щомісячною оплатою. Відкоригована тривалість роботи зменшена на 1 місяць. Грошове обґрунтування доцільності здійснення просування наведено у відповідях на зауваження комісії УКФ

Директор Ігорько О.О.



б	Розміщення реклами в соціальних мережах	місяців	4,00	30 000,00	120 000,00	120 000,00	Залучається SMM-агентство. Охоплення рекламними повідомленнями в соціальних мережах - не менше 1 200 000 контактів. Бюджет розраховується виходячи з прогнозу вартості показу рекламних оголошень в соціальних мережах для досягнення вказаного охоплення. Грунтовне обґрунтування доцільності здійснення просування наведено у відповідях на зауваження комісії УКФ. Детальний розподіл витрат є предметом роботи керівника проекту у співпраці з низкою фахівців зі складу проекту, агенції, а також можливий лише після тестування тої чи іншої аудиторії конкретно в соціальних мережах та пошукових системах, тестування таргетингу і т.д. В тому числі на розподіл бюджету впливатиме конверсія з тієї чи іншої соціальної мережі, активність користувачів на сторінках чи акаунтах проекту і т.д.
в	Створення рекламного відео	Шт.	4,00	48 000,00	192 000,00	192 000,00	Створення 4 рекламних відео, хронометражем 1 хвилина. На даний момент в Україні середня вартість рекламного відео для телебачення, які ми щодня бачимо, складає еквівалент 10 тис. дол. США. В той же час, з метою економії бюджету та беручи до уваги мету використання роликів, ми заклали оптимальний бюджет на виготовлення рекламного ролика, який не є високим, проте дозволить виготовити якісний продукт, який справлятиме позитивний вплив на аудиторію та промотуватиме продукт. До вартості виготовлення 1 ролику включено послуги професійної продакшн-студії, режисера, постановника, оператора, фокуспулера, освітлювача, звукорежисера, редактора, монтажу, графічного дизайнера, редактора, а також оренду техніки (камера, оптика, штативи, світло, мікрофони), локації і тощо. Орієнтовний перелік техніки на 1 знімальний день: Дві камери (для того щоб одночасно зняти з різних кутів та перемикались між ними на місці) https://rental.com.ua/product/led_epk_x_9500 грн. , набір з 5 об'єктивів https://rental.com.ua/product/komplekt_iz_5-ti_obektivov_carl_zciss_cp_2_2400 грн. , 2 кіно флю https://rental.com.ua/product/pribor_kino_flo_4x8_3000 грн. , система стабілізації https://rental.com.ua/product/dji_ronin_2_2700 грн. , фоловофокус https://rental.com.ua/product/besprovodnoj_radio_folloufokus_ikan_air_two_ht_%282-h_motorny%29_900 грн. , штатив https://rental.com.ua/product/komplekt_manfrotto_545gb_509hd_%28do_13_kg%29_450 грн. , накамерний плеєбек монітор і терадек https://rental.com.ua/catalog/playback_2250 грн. , рекордер, петлички, мікрофони https://rental.com.ua/catalog/audio_i_zvuk_1700 грн. Загальна вартість тільки за оренду техніки - 22'900 грн. Решта витрат на виготовлення ролика спрямовується на персонал, задіяний у зйомках, оренду студії та знімальних локацій, на транспортні витрати, монтаж, кольорокорекцію, візуальні ефекти тощо. Вартість не може бути зменшена без втрати якості кінцевого продукту.
г	Відео-зйомка та монтаж	Шт.	20,00	12 200,00	244 000,00	244 000,00	Створення 20 відео-інтерв'ю про участь в проекті з акторами, ведучими, командою проекту.
д	Рекламна кампанія. СРС, СРА, відео-реклама	місяців	4,00	46 250,00	185 000,00	185 000,00	Для проведення рекламної кампанії залучається медіа-агенція. Планові показники не менше 80 000 переходів на сторінку проекту не менше 70 000 переглядів відео. Загальне охоплення аудиторії не менше 1 800 000 показів рекламних повідомлень; Бюджет розраховується виходячи з прогнозу вартості показу рекламних оголошень для досягнення вказаного охоплення. Грунтовне обґрунтування доцільності здійснення просування наведено у відповідях на зауваження комісії УКФ. На даний момент визначити розподіл на кожен вид реклами можливо лише арифметично. Детальний розподіл витрат є предметом роботи керівника проекту у співпраці з низкою фахівців зі складу проекту, агенції, а також можливий лише після тестування тої чи іншої аудиторії конкретно в соціальних мережах та пошукових системах, тестування таргетингу і т.д. В середньому на кожен вид реклами буде скеровуватись 1/3 бюджету на просування.
е	Пошуковий маркетинг сайту та лінк-бїлдинг	місяців	2,00	22 000,00	44 000,00	44 000,00	Для виконання робіт з пошукового маркетингу сайту буде залучений SEM-спеціаліст, який виконає наступні роботи: розробка семантичної карти сайту, підбір ключових запитів, розробка технічного завдання з оптимізації коду сайту, налаштування SEO-модулів сайту, розробка вимог для копірайтера з написання SEO-оптимізованих текстів (та перевірка готових текстів), розробка плану з лінк-бїлдингу та роботи з розміщення матеріалів з посиланнями на наш сайт на інших сайтах в мережі Інтернет. Цей комплекс робіт виконується на щомісячній основі, протягом перших 2-х місяців роботи сайту. Пошукова оптимізація є вкрай важливою для успішного довгострокового розвитку проекту, адже таким чином в майбутньому ми зможемо отримувати органічний пошуковий трафік - цільова аудиторія відвідуватиме сайт, дізнаватиметься про проект та українську міфологію. Якщо ж роботи по оптимізації не провести - сайт буде на низьких позиціях в пошукових системах і аудиторія не знайде його без прямої (платної) реклами. При цьому, через особливості роботи алгоритмів пошукової системи Google реальні показники від роботи з оптимізації нового сайту будуть досягнуті не раніше ніж через 4-6 місяців, що виходить за часові рамки проекту. Тому в кошторисі ми орієнтуємося на необхідний обсяг завдань які треба виконати та середню на ринку вартість такого комплексу робіт. Конкретні показники роботи корелюють з загальними показниками, які ми ставимо собі за ціль досягти по завершенні реалізації проекту, зокрема в частині охоплення аудиторії, скачувань додатку і т.д. і сумуються до них. Фактичні результати будуть залежати від низки різних факторів і на даному етапі спрогнозувати, в кількісному вимірі, результати роботи SEM служби доволі складно. Проте, ми ставимо собі за ціль в рамках промо-кампанії - кількість переходів безпосередньо на сайт не менше 40 тис. унікальних користувачів станом на кінець жовтня.
с	Послуги з організації презентації (заходу)	послуга					Вилучено в зв'язку з переформатуванням проекту
ж	Послуги фотографа	зміни	10,00	2 600,00	26 000,00	26 000,00	Вартість включає послуги професійного фотографа, стиліста та візажиста. Загалом передбачається виготовлення близько 20-30 професійних світлин для команди проекту, зрোক, що візьмуть участь у просуванні продукту, фотозйомки під час зйомок відео і т.п. Тобто надання послуг не відбувається в один день, а це з 10-ть робочих змін фотографа з командою. Тут також слід зазначити, що команда проекту повинна вести збалансовану політику щодо контенту, який використовується для просування продукту, в тому числі й фото контент, з урахуванням прямої та опосередкованої цільової аудиторії. Зокрема світлинами зі студії будуть використовуватись як в соціальних мережах для просування, так і для сайту в розділі команда проекту. Саме красиві та професійні світлинами викликати муть почуття довіри у цільової аудиторії та сприятимуть залученню нових підписників.



Директор *Гулько О.С.*

3	Розміщення публікацій в ЗМІ	послуга	1,00	63 000,00	63 000,00	63 000,00	Планові показники - не менше 16 публікацій/сюжетів в ЗМІ (онлайн, телеканали, радіо) та у соціальних акаунтах лідерів думок. В заявці наведено орієнтовний перелік ЗМІ де будуть відбуватись публікації. Це топові ЗМІ та онлайн ресурси (зокрема ukinform.ua, unian.ua, inn.com.ua, osvita.ua, relax.com.ua, 4ado.com.ua, gazeta.ua, zik.ua, 1tv.com.ua, Espresso.tv, 24tv.ua, novy.tv, UA:Культура, hromadske.ua), а в Україні, на жаль так склалось, що за розміщення на цих ресурсах слід платити кошти. Заісно, можна було б обрати менш популярні ресурси для розміщення інформації, проте зарплати чого нам йти на компроміс? Наш продукт в ТОП5 в рейтингу УКФ у відповідному ЛОТі, в нас амбітні плани по залученню аудиторії і відповідно ми обрали відповідні ЗМІ та ресурси для якомога більшої популяризації нашого продукту. Ми маємо на меті виготовити якісний продукт та забезпечити відповідне поширення інформації про нього.
Із розділу 9 "Послуги з просування":			49,00	248 550,00	972 000,00	972 000,00	
10	Створення веб-ресурсу						
a	Послуги з розробки веб-сайту	послуга	1,00	36 000,00	36 000,00	36 000,00	Промо-сайт проекту розроблений з використанням однієї з популярних CMS. Дві мовні версії (українська та англійська). Сайт розробляється як один з каналів комунікації проекту, в тому числі й для подальшого просування та "життя персоналіїв" пілел завершення проекту. Включає детальну інформацію про проєкт, персонажів, можливість завантажити мобільний додаток (після публікації), контактами авторів. Оскільки важливим напрямком розвитку проекту є співпраця та створення спільних проєктів (зокрема однією із підкатегорій цільової аудиторії є кінопродюсери, розробники ігор та виробників), на сайті будуть розміщені всі персонажі з можливістю ознайомлення, перегляду, взаємодії, тестів руху та анімації і т.д. Таким чином, веб сайт не буде просто візиткою чи лендінгом, а повноцінним каналом комунікації, рівень виконання та технічної якості якого не може бути простішим чи гіршим ніж інші результати реалізації проєкту. Функціонал самого сайу набагато складніший від того сайту візитки, який є зараз. Подальша підтримка роботи сайту буде здійснюватись за рахунок керівника проєкту та ентузіазму команди проєкту
6	Витрати з підтримки та обслуговування сайту	місяців	3,00	5 800,00	17 400,00	17 400,00	Вартість з підтримки та обслуговування сайту включає послуги з надання веб-хостингу, а також технічного адміністрування хостингу системним адміністратором. Оскільки наш проєкт передбачає створення та розміщення онлайн великих обсягів даних (графічні файли, 3D-моделі, анімації), буде орендовано не стандартний веб-хостинг, а виділений сервер зі значним обсягом виділеного місця у хмарі. Виділений сервер потребує додаткового налаштування спеціалістами з технічного адміністрування (спеціалісти компанії, що надаватимуть послуги хостингу), а також підтримки спеціалістів при розміщенні сайту. Технічне завдання (вимоги до хостингу) є частиною Технічного завдання до сайту і буде розроблене на відповідному етапі проєкту. Вартість виділеного серверу на 256 Gb складас 3141грн./міс. https://mirohost.net/vps (без врахування витрат на налаштування і підтримку).
Із розділу 10 "Створення веб-ресурсу":			4,00	41 800,00	53 400,00	53 400,00	
11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації						
a	Антологія українського міфу, (комплект із 3 книг) Навчальна книга - Богдан	шт	2,00	756,00	1 512,00	1 512,00	Усі книги будуть придбані виключно для реалізації проєкту, зокрема проведення дослідження, використання авторських напрацювань для формування поточного «візу» по стану вивчення та збереження міфології. Подаємо перелік книг: "Антологія українського міфу, (комплект із 3 книг) Навчальна книга – Богдан", Духовна культура українців. Народна демонологія у загальнослов'янському контексті. Ліра-К, Міфи і легенди давньої України. С.Плачинда, Українська міфологія. В.Войтович, Чарівні істоти українського міфу. Домашні духи, Д.Корній, Українці, народні вірування, повір'я, демонологія. А. Пономарьов. Як видно з найменувань, усі книги профільні для реалізації проєкту.
6	Духовна культура українців. Народна демонологія у загальнослов'янському контексті. Ліра-К	шт	1,00	220,00	220,00	220,00	
в	Міфи і легенди давньої України. С.Плачинда	шт	1,00	113,00	113,00	113,00	
г	Українська міфологія. В.Войтович	шт	1,00	284,00	284,00	284,00	
д	Чарівні істоти українського міфу. Домашні духи, Д.Корній	шт	1,00	356,00	356,00	356,00	
е	Українці: народні вірування, повір'я, демонологія. А. Пономарьов	шт	1,00	431,00	431,00	431,00	
Із розділу 11 "Придбання навчальних, інформаційних матеріалів":			7,00	2 160,00	2 916,00	2 916,00	
12	Послуги з перекладу						
a	Усний переклад	година					
6	Редагування усного перекладу	сторінка					



Директор Юліана М.С.

в	Письмовий переклад	сторінка	20,00	150,00	3 000,00	3 000,00	Переклад текстів для сайту англійською мовою. Відкориговано
г	Редагування письмового перекладу	сторінка					
ідрозділу 12 "Витрати з перекладу":			20,00	150,00	3 000,00	3 000,00	
13 Адміністративні витрати							
а	Бухгалтерські послуги	місяців	5,00	20 000,00	100 000,00	100 000,00	В команді проекту і експерта різні поняття середньоринкової ціни. До прикладу, аудитори великої четвірки за 70 тис.грн. навіть говорити не стануть. В нашому проекті доволі складне юридичне супроводження адже включас в себе питання інтелектуальної власності і не лише під юрисдикцією українського законодавства, а й оформлення усіх документів на готовий продукт відповідно до вимог WIPO (World Intellectual Property Organization), оформлення мови на робочому професійному рівні.
б	Юридичні послуги	місяців	5,00	22 000,00	110 000,00	110 000,00	Бухгалтерське обслуговування проекту теж не може бути обмеженим лише провідками і платежами по договорах – це значний пласт роботи по формуванню фінансової звітності по проекту, формування і контроль фізичної наявності усіх підтверджуваних документів і т.д. При цьому, слід врахувати розмір бюджету проекту та відповідальність бухгалтера. Ми вважаємо що оплата послуг бухгалтера, юриста, аудиторської фірми з співірними з об'ємом роботи та об'ємом відповідальності. Проте на вимогу комісії УКФ ми перерахували розмір виплат, а також врахували тривалість реалізації проекту - 5 місяців
в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	68 000,00	68 000,00	68 000,00	Комплексний аудит проекту професійним аудитором відповідно до методики УКФ. Досвід роботи аудитора з коштами, що мають ознаку державних -
г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)						
ідрозділу 13 "Адміністративні витрат"			11,00	110 000,00	278 000,00	278 000,00	
14 Інші прямі витрати							
14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		20,00	45 900,00	918 000,00	918 000,00	Загалом, до всіх складових статей по створенню 3D моделей. Нижче розписані більш деталізовані етапи створення. Один етап об'єданий, завдяки чому ми оптимізували витрати. Створення технічного завдання на створення 3D моделей відбувається в результаті реалізації проекту після виготовлення ескізів міфічних істот і є предметом роботи команди. До прикладу, створення 3D моделі Дрімкі, що розміщена на сайті-презентації проекту, зайняло близько одного тижня. Це без врахування анімації, доопрацювань, правок і т.д. В технічному завданні буде вказано: персонаж, його фізичні характеристики, ріст, вага, кольорова гама, матеріали текстур, описана анімація, способи взаємодії зі світом, додаткові атрибути, артефакти тощо. Також на початку співпраці буде визначена архітектура мобільного додатку для формування файлів одразу ж необхідному формату. При цьому слід зауважити, що для виготовлення однієї моделі може знадобитись 3-4 спринти (ітерації), адже створення ідеального персонажа з першої ітерації є можливим лише в теорії. А на практиці потрібно бути свідомим того, що деяких персонажів потрібно буде не те що доопрацювати, а й переробляти з нуля. І не зважаючи на це, вартість створення одного персонажа, якого буде включено у додаток складе орієнтовно 19 тис.дол., що є значно нижче ринкової вартості. При цьому, слід розуміти, що це вартість після 3-4 ітерацій, а кількість моделей персонажів, описів створення скечу (зарисовки) і перший етап в 3D моделюванні складе від 30 до 60. В тому числі з врахуванням результатів тестування додатку, до прикладу за результатами тесту команда проекту зрозуміє що один з персонажів на використовується, або не подобається. Його доведеться замінити. А це робота з нуля. В будь-якому випадку для кожного із персонажів, що увійдуть в фінальну збірку додатку буде декілька видів анімації: 1. рух (похитування, ходьба, біг), 2. взаємодія зі світом (відповідно до навиків персонажу - магія, сили природи, вогонь, вода) 3. взаємодія з додатком (ствердні, питальні, схвальні, заперечні жести і рухи) 4. show-of (унікальний динамічний навик персонажу) тощо. Кожен з видів анімації для кожного персонажу для кожного окремого сценарію буде мати іншу тривалість анімації. Нижче розписано орієнтовні витрати часу на створення 3D візуалізації.
а	3D-моделювання, створення геометрії моделі	шт.	20,00	7 200,00	144 000,00	144 000,00	Розробка 3D-моделей включас ряд етапів, для виконання яких залучаються відповідні висококласні спеціалісти. Оцінюється вартість робіт по кожній моделі. Скульптинг high poly моделі – це фактично другий етап в створенні персонажа, описів створення скечу (зарисовки) і перший етап в 3D моделюванні. На цьому етапі кожна модель виконується максимально деталізовано 20-30 мільйонів полігонів. Головне завдання на даному етапі зробити максимально деталізовану модель, оскільки потім внести будь-які зміни буде неможливо, без переробки усього з самого початку. Ретопологія - завершивши роботу над high poly моделлю, можна сміливо приступати до її оптимізації, тому що в тому вигляді, в якому знаходиться модель зараз, використання в грі вкрай не раціонально. Оскільки розмір файлу величезний, сітка поверхні хаотична, полігони не закриті. Основна суть цього етапу якого зменшення кількості полігонів до оптимального і побудови правильної сітки придатною для анімації. Фактично на створення однієї моделі може бути витрачено від 3 до 7 робочих днів. Це без врахування правок які можуть виникнути в творчій частині команди проекту, без перероблення моделей і т.д. Адже для того, щоб перенести 2D малюнок в 3D площину може знадобитись кілька ітерацій, в тому числі і корегування 2D ескізу.
б	3D-візуалізація	шт.	20,00	10 200,00	204 000,00	204 000,00	Наступний етап – розгортка (модель low poly розгортається наче розгортається цукерка, і папірець вирівнюється в одну площину). Розгортається сітка створена на попередніх етапах з метою того, щоб текстура коректно лягла на модель. Далі відбувається «запалання візуальних карт» - це автоматичний процес. Текстуровання створення матеріалів і текстур персонажа для додавання реалістичності. Після цього вже на кожну соту сітки «одягається» текстура - це і колір, і вигляд і матеріал і т.д.
в	Текстурування об'єктів	шт.	20,00	3 300,00	66 000,00	66 000,00	Наступний етап – розгортка (модель low poly розгортається наче розгортається цукерка, і папірець вирівнюється в одну площину). Розгортається сітка створена на попередніх етапах з метою того, щоб текстура коректно лягла на модель. Далі відбувається «запалання візуальних карт» - це автоматичний процес. Текстуровання створення матеріалів і текстур персонажа для додавання реалістичності. Після цього вже на кожну соту сітки «одягається» текстура - це і колір, і вигляд і матеріал і т.д.
г	Рігінг 3D-моделей	шт.	20,00	4 500,00	90 000,00	90 000,00	Створення віртуального "скелету" для подальшої анімації персонажа. Це фінальний етап створення персонажу. Щоб вдихнути життя в нашого персонажа, нам потрібно створити йому скелет. Весь скелет підганяється під пропорції кожного іншого персонажу. Фактично виставляються об'єми прилягання оболонки і т.д. Це доволі трудомісткий процес, оскільки потрібно правильно призначити вагу для кожної вершини моделі. Чим більше вага, тим більше впливає конкретна кістка на конкретну вершину 3D-моделі.

Директор Ступон О.В.



д	Анімація 3D-моделей	шт.	20,00	9 000,00	180 000,00	180 000,00	Програмування рухів персонажів, варіантів їх взаємодії, емоцій, рендеринг кожного запрограмованого руху в окремий файл для подальшої інтеграції в додаток, у фінальну сцену і т.д. Цей процес теж доволі трудомісткий, адже щоб, до прикладу, персонаж зробив крок слід не лише ногу пересунути, а змістити усе тіло, додати рухи руками, спиною і т.д. В моделюванні, щоб досягнути фізичного реалізму слід пропрацювати все, до найменших деталей.
е	Рендеринг 3D-моделей	шт.	20,00	5 900,00	118 000,00	118 000,00	
с	Композитинг анімації	шт.	20,00	5 800,00	116 000,00	116 000,00	
Об'єднання всіх елементів анімації і статичних "декорацій" в фінальну сцену. Постобробка							
14.2	Витрати на послуги страхування		-	-	-	-	
а	Вказати предмет страхування	шт.					
б	Вказати предмет страхування	шт.					
в	Вказати предмет страхування	шт.					
14.3	Видавничі послуги		-	-	-	-	
а	Послуги коректора	екземпляр					
б	Послуги верстки	екземпляр					
в	Друк книг	екземпляр					
г	Друк журналів	екземпляр					
д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр					
14.4	Інші прями витрати		156,50	639 300,00	2 050 750,00	2 050 750,00	
а	Internet-телефонія (вказати період)						
б	Послуги Internet (вказати період)						
в	Банківська комісія за переказ						
а	Розрахунково-касове обслуговування	послуга	4,00	600,00	2 400,00	2 400,00	
д	Інші банківські послуги						
б	Послуги звуко-запису та зведення	послуга	20,00	2 100,00	42 000,00	42 000,00	Послуги з запису, зведення, обробки та звукових ефектів. Запис 20 описів персонажів. Вартість розрахована виходячи з планового часу 90 хвилин на роботу над записом одного персонажа. До вартості включено оренду студії на 2 години, роботу звукорежисера по монтажу звуку, тонуванню, створенню інтершумів: запису одного опису для одного персонажу складає 2100 грн.
в	Послуги дикторів	послуга	20,00	3 000,00	60 000,00	60 000,00	Послуги з озвучування персонажів. Планується залучити 20 відомих акторів, ведучих, дикторів. Більшість з цих людей має зареєстровані ФОПі, а хто не має, то не особливо бажас укладати договори на ці, порівняно невеликі для них кошти. Саме тому ми палнували довіритись в цьому питанні професіоналам, які щодня стикаються з відомими людьми і вміють знайти з ними спільну мову. Зважаючи на новизну та свіжість нашого проекту ми передбачаємо що частина солебрітис може надати нам послуги безкоштовно, а частина попросить компенувати вартість таксі, хтось захоче щоб ми виконали повна передача прав на аудіо, що буде використане в додатку. З тими ж людьми, які є ФОПами і які погодяться на укладення договору, ми обов'язково його укладемо та на етапі звітування надамо відповідну документацію до УКФ.
г	Організація фокус-групового оцінювання додатку на предмет вражень від персонажів, цікавості геймплею, взаємодії з додатком і т.д.	послуга	3,00	11 000,00	33 000,00	33 000,00	Формування репрезентативної вибірки відповідно до описаних в заявці цільових аудиторій з мінімальною похибкою. Забезпечення проходження усіма учасниками гри в додатку, тестування. Отримання зворотного зв'язку. До групи повинні увійти не лише дорослі, а й підлітки і діти. Всі тести відбуватимуться з суворим дотриманням законодавства в частині охорони прав дітей. Проводиться на етапі готовності бета версії мобільного додатку для визначення сприйняття готового продукту та реального досвіду користувачів. Дану інформацію зматри враховуватиме на етапі фіналізації і випуску альфа-версії додатку, а також у промо-кампанії (на етапі випуску додатку). Заплановано проведення трьох фокус-груп для різних вибірок цільової аудиторії (4-6 осіб кожна).

Директор Жульов С.С.



д	Послуги продюсера проекту, супервайзер творчої частини проекту	послуга	1,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи не змінився. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважасмо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. До обов'язків відноситься створення, координація роботи експертної групи, моніторинг проекту, координація створення аудіо-описів персонажів, продюсування аудіовізуального контенту, комунікація з лідерами думок у сфері культури та медіа, участь у розробці сюжету та сценарію мобільного додатку.
е	Послуги по технічному супервайзингу проекту	місяць	5,00	16 200,00	81 000,00	81 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи не змінився. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважасмо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Функції доповнюють супервайзер проекту здійснює тактичне та операційне керівництво технічною частиною проекту, керує розробкою архітектури та інфраструктури додатку. Роль передбачає фіналізацію у всіх технічних аспектах проекту (мова програмування, код, контент, формат і т.д.)
є	Послуги з технічної реалізації проекту	місяць	1,00	13 500,00	54 000,00	54 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи не змінився. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважасмо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Функції доповнюють технічний супервайзинг, проте це більш практичні функції, наприклад налаштування та моніторинг робочого середовища проекту та серверних потужностей, забезпечення синхронізації всіх технічних активностей, створення архітектури та інфраструктури по додатку та її по всьому проекту.
і	Послуги арт-директора проекту	послуга	1,00	124 800,00	124 800,00	124 800,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи не змінився. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважасмо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. До обов'язків відноситься керівництво процесами візуалізації персонажів та мобільного додатку на всіх етапах (скет, 2D, 3D, середовище), розробки стилю проекту, гайдлайнів, бренд-буку, безпосередня участь у розробці концепції, сюжету та сценарію мобільного додатку.
й	Послуги креативного директора проекту	місяць	5,00	22 800,00	114 000,00	114 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи не змінився. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважасмо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. До обов'язків відноситься тактичне та операційне керівництво творчим процесами в проекті, координація роботи творчих спеціалістів, участь у розробці візуалізації та контенту для комунікаційної кампанії. Безпосередня участь у розробці концепції, сюжету та сценарію мобільного додатку, участь у розробці аудіовізуального контенту.
к	Послуги фахівця з комунікацій	місяць	5,00	22 000,00	110 000,00	110 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи не змінився. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважасмо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Тактичне та операційне управління комунікацією проекту, координація всіх комунікаційних активностей по проекту, участь у розробці візуалізації та контенту для комунікаційної кампанії, тестуванні аудиторій, таргетуванні, промоції, співпраці із ЗМІ і т.д.
л	Послуги копірайтера	місяць	5,00	19 200,00	96 000,00	96 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи не змінився. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважасмо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Участь в дослідженні міфології, створення детальних описів для мобільного додатку (скорочені описи, стилізовані описи), послуги зі створення текстового опису "Чарівного світу" (світ української міфології), створення адаптації текстових описів персонажів (20 персонажів), послуги зі створення текстового опису "Чарівного світу" (світ української міфології), створення адаптації текстових описів персонажів (20 персонажів), послуги зі створення текстового опису "Чарівного світу" (світ української міфології), вичитка текстів для мобільного додатку (відповідно до сценарію та функціоналу додатку), участь у створенні скриптів для дикторської начитки (диктори, в аудіо-записах, будуть розповідати про персонажів від першої особи), участь у створенні текстового наповнення бренд-буку проекту, створення текстів про проект (прес-релізи, новини, публікації для соціальних мереж).

Директор Жульово В.В.



м	Послуги менеджера аналітики, контент-адміністратора	місяців	5,00	19 200,00	96 000,00	96 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту відноситься з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. До обов'язків інформацію збираємо з книжок (будуть надані) та відкритих джерел. Підготовка та систематизація інформації по відібраних персонажах (20 детальних характеристик для передачі ілюстраторам). Участь у підготовці опитувань для експертів та фокус-груп (створюємо перелік питань, критеріїв, оцінок, за якими мають бути оцінені персонажі та інші етапи проекту). Участь у наповненні мобільного додатку контентом (збір матеріалів від копірайтера, ілюстраторів, аудіо-записів, передача програмістам, контроль за передачею, імплементацією в проєкт, дотриманням строків); Участь в QA & A тестуванні проекту (контроль QA, яке буде проводити команда програмістів); Передача контенту від креативної команди (копірайтер, продюсер, ілюстратори, дизайнери, 3D-моделери) до промо-команди (агенції). Участь у підготовці звіту по проекту.
н	Послуги художника-ілюстратора	місяців	5,00	18 000,00	90 000,00	90 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Перелік основних обов'язків: Створення ілюстрації персонажів та ілюстрацій для дизайну мобільної гри та комунікаційної кампанії.
о	Послуги художника-ілюстратора	місяців	3,00	17 500,00	52 500,00	52 500,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Перелік основних обов'язків: Створення ілюстрації персонажів та ілюстрацій для дизайну мобільної гри та комунікаційної кампанії.
п	Послуги художника-ілюстратора	місяців	3,00	17 000,00	51 000,00	51 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Перелік основних обов'язків: Створення ілюстрації персонажів та ілюстрацій для дизайну мобільної гри та комунікаційної кампанії.
р	Послуги проєкт-менеджера	місяців	5,00	24 000,00	120 000,00	120 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Перелік основних обов'язків: безпосередня участь у розробці додатку, керування процесом розробки мобільного додатку та взаємодія між творчою та технічною командою, участь в усіх процесах, що стосуються додатку та AR.
с	Послуги з програмування додатку (Software engineer)	місяців	5,00	23 000,00	115 000,00	115 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Перелік основних обов'язків: Розробка функціоналу мобільного додатку, програмування оболонки додатку (front-end)
т	Послуги з програмування додатку (Software engineer)	місяців	5,00	23 000,00	115 000,00	115 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Перелік основних обов'язків: Розробка функціоналу мобільного додатку, програмування бек-енду додатку
у	Послуги з програмування додатку та тестування (QA engineer)	місяців	5,00	24 000,00	120 000,00	120 000,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Перелік основних обов'язків: Розробка функціоналу мобільного додатку, тестування додатку
ф	Послуги з програмування додатку (DevOps)	місяців	5,00	24 500,00	122 500,00	122 500,00	Послуги надаються протягом усього часу реалізації проекту. При цьому слід зазначити, що зі скорочення строку реалізації проекту з 6 місяців до 5, обсяг роботи на змінюється. Вартість відповідає середньоринковим цінам. Вважаємо за недоцільне перегляд зазначеної статті витрат, оскільки уся команда проекту складається з досвідчених фахівців, оплата вартості яких є співмірною з їх досвідом, високим класом роботи та віддачею на результат. Перелік основних обов'язків: Розробка функціоналу мобільного додатку, розробка функціоналу доповненої реальності
	Послуги з сторонньої верифікації розробленого сценарію та архітектури мобільного додатку	послуга	1,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	Послуги надаються фахівцем в тісній співпраці з керівником проекту, технічною та творчою командами проекту
	Послуги з розробки дизайну мобільного додатку	послуга	1,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	Послуги надаються у тісній співпраці з керівником проекту, технічною та творчою командами проекту

Директор Ізюба С.С.



щ	Послуги з забезпечення роботи експертної групи проекту	місяців	4,50	3 900,00	17 550,00	17 550,00	Забезпечення роботи експертної групи, яка включає етнографа, художника-ілюстратора, дитячого письменника, педагога, дитячого психолога, режисера та продюсера кіно і анімаційних фільмів, інших представників творчих професій. Це окрема послуга, яка необхідна для успішної реалізації проекту. Команда включає в себе організаційне та адміністративне забезпечення участі вказаних експертів. Тим паче, всі експерти, що будуть включені до експертної групи цієї команди, які працюють, зазвичай не мають часу і т.д. Власне завдяки цій послугі ми отримасмо вчасні та доцільні рекомендації від них. Окрім цього, отримання такої послуги дасть можливість керівнику проекту не відволікатись на щоденні контакти з технічних та адміністративних питань щодо забезпечення роботи експертної групи.
щ1	Забезпечення участі етнографа	місяців	4,50	8 000,00	36 000,00	36 000,00	Експерт експертної групи залучений до всіх етапів реалізації додатку. Вся робота експертної групи буде зосереджена на верифікації всіх творчих рішень команди. Оскільки однією з цілей реалізації проекту це є відновлення пантеону української міфології і образи які будуть створені в результаті будуть еталонними і в нас нема права на помилку в тому, як буде виглядати той чи інший персонаж - наприклад песиголовець - він стоїть на двох ногах, чи на чотирьох. Морда в нього витягнута, як у собаки чи більш коротка, як у людини і т.д. Це лише одне з маси питань, які слід вирішити для того, щоб кінцевий продукт був якісним і візуально красивим. Слід звернути увагу, що саме якість візуальних образів, цікавність геймплею, захоплюючість історії буде тими факторами, що зумовлять популярність додатку. Робота експертів буде відбуватись в онлайн режимі, з обов'язковими регулярними зустрічами - брейн-штормами
щ2	Забезпечення участі в якості експерта художника-ілюстратора з навиками роботи для дитячої аудиторії	місяців	4,50	8 000,00	36 000,00	36 000,00	Експерт експертної групи залучений до всіх етапів реалізації додатку. Вся робота експертної групи буде зосереджена на верифікації всіх творчих рішень команди. Оскільки однією з цілей реалізації проекту це є відновлення пантеону української міфології і образи які будуть створені в результаті будуть еталонними і в нас нема права на помилку в тому, як буде виглядати той чи інший персонаж - наприклад песиголовець - він стоїть на двох ногах, чи на чотирьох. Морда в нього витягнута, як у собаки чи більш коротка, як у людини і т.д. Це лише одне з маси питань, які слід вирішити для того, щоб кінцевий продукт був якісним і візуально красивим. Слід звернути увагу, що саме якість візуальних образів, цікавність геймплею, захоплюючість історії буде тими факторами, що зумовлять популярність додатку. Робота експертів буде відбуватись в онлайн режимі, з обов'язковими регулярними зустрічами - брейн-штормами
щ3	Забезпечення участі дитячого письменника	місяців	4,50	8 000,00	36 000,00	36 000,00	Експерт експертної групи залучений до всіх етапів реалізації додатку. Вся робота експертної групи буде зосереджена на верифікації всіх творчих рішень команди. Оскільки однією з цілей реалізації проекту це є відновлення пантеону української міфології і образи які будуть створені в результаті будуть еталонними і в нас нема права на помилку в тому, як буде виглядати той чи інший персонаж - наприклад песиголовець - він стоїть на двох ногах, чи на чотирьох. Морда в нього витягнута, як у собаки чи більш коротка, як у людини і т.д. Це лише одне з маси питань, які слід вирішити для того, щоб кінцевий продукт був якісним і візуально красивим. Слід звернути увагу, що саме якість візуальних образів, цікавність геймплею, захоплюючість історії буде тими факторами, що зумовлять популярність додатку. Робота експертів буде відбуватись в онлайн режимі, з обов'язковими регулярними зустрічами - брейн-штормами
щ4	Забезпечення участі дитячого педагога	місяців	4,50	8 000,00	36 000,00	36 000,00	Експерт експертної групи залучений до всіх етапів реалізації додатку. Вся робота експертної групи буде зосереджена на верифікації всіх творчих рішень команди. Оскільки однією з цілей реалізації проекту це є відновлення пантеону української міфології і образи які будуть створені в результаті будуть еталонними і в нас нема права на помилку в тому, як буде виглядати той чи інший персонаж - наприклад песиголовець - він стоїть на двох ногах, чи на чотирьох. Морда в нього витягнута, як у собаки чи більш коротка, як у людини і т.д. Це лише одне з маси питань, які слід вирішити для того, щоб кінцевий продукт був якісним і візуально красивим. Слід звернути увагу, що саме якість візуальних образів, цікавність геймплею, захоплюючість історії буде тими факторами, що зумовлять популярність додатку. Робота експертів буде відбуватись в онлайн режимі, з обов'язковими регулярними зустрічами - брейн-штормами
щ5	Забезпечення участі дитячого психолога	місяців	4,50	8 000,00	36 000,00	36 000,00	Експерт експертної групи залучений до всіх етапів реалізації додатку. Вся робота експертної групи буде зосереджена на верифікації всіх творчих рішень команди. Оскільки однією з цілей реалізації проекту це є відновлення пантеону української міфології і образи які будуть створені в результаті будуть еталонними і в нас нема права на помилку в тому, як буде виглядати той чи інший персонаж - наприклад песиголовець - він стоїть на двох ногах, чи на чотирьох. Морда в нього витягнута, як у собаки чи більш коротка, як у людини і т.д. Це лише одне з маси питань, які слід вирішити для того, щоб кінцевий продукт був якісним і візуально красивим. Слід звернути увагу, що саме якість візуальних образів, цікавність геймплею, захоплюючість історії буде тими факторами, що зумовлять популярність додатку. Робота експертів буде відбуватись в онлайн режимі, з обов'язковими регулярними зустрічами - брейн-штормами
щ6	Забезпечення участі режисера кіно та анімаційних фільмів	місяців	4,50	8 000,00	36 000,00	36 000,00	Експерт експертної групи залучений до всіх етапів реалізації додатку. Вся робота експертної групи буде зосереджена на верифікації всіх творчих рішень команди. Оскільки однією з цілей реалізації проекту це є відновлення пантеону української міфології і образи які будуть створені в результаті будуть еталонними і в нас нема права на помилку в тому, як буде виглядати той чи інший персонаж - наприклад песиголовець - він стоїть на двох ногах, чи на чотирьох. Морда в нього витягнута, як у собаки чи більш коротка, як у людини і т.д. Це лише одне з маси питань, які слід вирішити для того, щоб кінцевий продукт був якісним і візуально красивим. Слід звернути увагу, що саме якість візуальних образів, цікавність геймплею, захоплюючість історії буде тими факторами, що зумовлять популярність додатку. Робота експертів буде відбуватись в онлайн режимі, з обов'язковими регулярними зустрічами - брейн-штормами
щ7	Забезпечення участі художника-постановника кіно та анімаційних фільмів	місяців					Вилучено у зв'язку із необхідністю скорочення бюджету

Директор

Івченко О.І.



щ8	Забезпечення участі експерта з мобільних додатків для дітей	місяців	4,50	8 000,00	36 000,00	36 000,00	Експерт експертної групи залучений до всіх етапів реалізації додатку. Вся робота експертної групи буде зосереджена на верифікації всіх творчих рішень команди. Оскільки однією з цілей реалізації проекту є відновлення пантеону української міфології і образи які будуть створені в результаті будуть еталонними і в нас нема права на помилку в тому, як буде виглядати той чи інший персонаж - наприклад песиголовець - він стоїть на двох ногах, чи на чотирьох. Морда в нього витягнута, як у собаки чи більш коротка, як у людини і т.д. Це лише одне з маси питань, які слід вирішити для того, щоб кінцевий продукт був якісним і візуально красивим. Слід звернути увагу, що саме якість візуальних образів, цікавість геймплею, захоплюючість історій буде тими факторами, що зумовлять популярність додатку. Робота експертів буде відбуватись в онлайн режимі, з обов'язковими регулярними зустрічами - брейн-штурмами
щ9	Забезпечення участі сценариста кіно та анімаційних фільмів	місяців	4,50	8 000,00	36 000,00	36 000,00	Експерт експертної групи залучений до всіх етапів реалізації додатку. Вся робота експертної групи буде зосереджена на верифікації всіх творчих рішень команди. Оскільки однією з цілей реалізації проекту є відновлення пантеону української міфології і образи які будуть створені в результаті будуть еталонними і в нас нема права на помилку в тому, як буде виглядати той чи інший персонаж - наприклад песиголовець - він стоїть на двох ногах, чи на чотирьох. Морда в нього витягнута, як у собаки чи більш коротка, як у людини і т.д. Це лише одне з маси питань, які слід вирішити для того, щоб кінцевий продукт був якісним і візуально красивим. Слід звернути увагу, що саме якість візуальних образів, цікавість геймплею, захоплюючість історій буде тими факторами, що зумовлять популярність додатку. Робота експертів буде відбуватись в онлайн режимі, з обов'язковими регулярними зустрічами - брейн-штурмами
щ10		місяців					
Дрозділу 14 "Інші прямі витрати":			176,50	685 200,00	2 968 750,00	2 968 750,00	
розділу II "Витрати":					4 337 383,06	4 337 383,06	
РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУ							

Директор



Сторожко М.В.