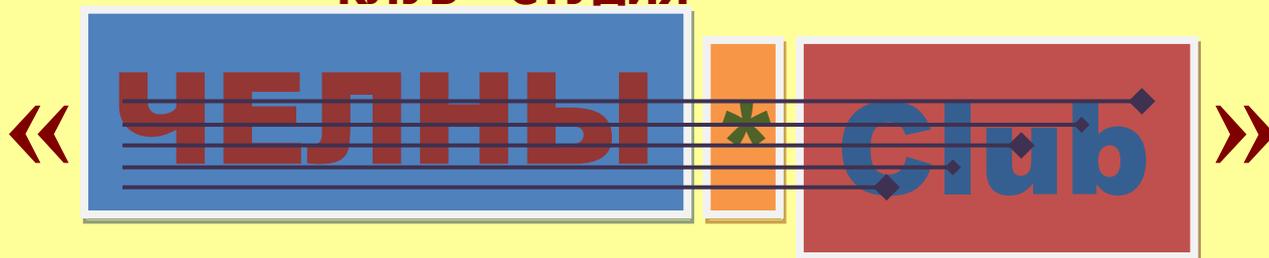


*Клубный бизнес - за здоровый образ жизни...*

## КЛУБ – СТУДИЯ



## ПРОМОУТЕРСКАЯ ГРУППА (компании)

### МИССИЯ

**Во-первых:** Промоутерская работа «Клуба» в интересах Компании (участников Проекта).

**Во-вторых:** Заполнение образовавшегося «вакуума» в Культурной жизни и Медиапространстве города.

**В третьих:** Пропаганда здорового образа жизни.

**В четвёртых:** Продвижение отечественной музыкальной культуры.

### ИДЕЯ ПРОЕКТА

Основная идея Проекта сохраняет свою направленность Клубного формата и идеологию Культурного воспитания и развития (см. Концепция «RnB Club»). Второй основной составляющей Проекта является сама ПРОМОУТЕРСКАЯ ГРУППА, состоящая из Студии и Музыкального коллектива – Резидентов Клуба, работающих как в медиапространстве, так и вживую.

### ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

1. Поступательное внедрение и сохранение отечественной музыкальной культуры в широких слоях населения.
2. Пропаганда и развитие здорового образа жизни и творческого мышления у населения.
3. Промоутерская работа по увеличению капитализации Компании.

### СТРАТЕГИЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ

- Создание Студийного Клуба, Музыкального коллектива «**BREADBERRY**» в пер. (с англ.) «ХЛЕБНАЯ ЯГОДА», в составе резидентов Клуба.
- Работа с населением по развитию музыкального творчества в Клубном формате (по всем жанровым направлениям).
- Внедрение и развитие систем обучения, сохранения и преумножения национальных культурных ценностей.
- Поддержка творческой инициативы.
- Пропаганда культы полной и здоровой семьи.
- Пропаганда культуры межличностных отношений.

### ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

1. Продвижение бренда («Челны-Хлеб»), извлечение прибыли и увеличение капитализации Компании, как результат деятельности Промоутерской группы\*.
2. Выход на лидирующие позиции медийного пространства города.
3. Активизация творческих начинаний и повышение культурного уровня населения через Клубный формат Проекта.
4. Пропаганда отечественной музыкальной культуры и здорового образа жизни населения.

### УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА

Компания ЗАО «Челны-Хлеб» (...%), Телерадиокомпания «Чаллы-ТВ»

(...%).

## МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРОЕКТА

Студийный Клуб «**ЧЕЛНЫ\*CLUB**», резиденты которого являются ПРОМОУТЕРСКОЙ ГРУППОЙ Компании проводит заседания клуба (это концертные программы очного порядка и в интернет-пространстве), студийную работу (видео- и звукозапись музыкальных произведений, роликов, клипов), концертную и коммерческую деятельность по производству рекламных материалов и пр. Клуб «ЧЕЛНЫ CLUB» тесно сотрудничает и работает с администрациями муниципальных образований (в информационной и культурно-просветительной областях).

## ЭТАПЫ И СТРУКТУРА ПРОЕКТА

Этапы:

1. Подготовительный (кастинг резидентов).
2. Подготовка и согласование плана работы.
3. Организация и оборудование Студии клуба.
4. Создание творческого продукта Студии\*.
5. Запуск рекламной компании Клуба.
6. Ритмичная работа Студийного Клуба в соответствии с выбранной и утверждённой маркетинговой стратегией.

Структура:

1. Руководство, Компании – Участники Проекта.
2. Дирекция Клуба (Руководитель промоутерской группы)
3. Резиденты Клуба (Промоутерская группа)
4. Потребители продукта, участники и члены Клуба (до 80% населения города).

## ПРОБЛЕМЫ И РИСКИ

Главные (определяющие) составляющие Проекта «**ЧЕЛНЫ\*CLUB**» - это человеческий фактор и его творческая составляющая, которые и определяют программное наполнение Клубной работы (работы промоутерской группы). Отсюда, все возможные риски и вытекающие из них возможные проблемы могут быть созданы лишь искусственно, в результате неверной кадровой политики в концепции Проектного решения:

- Студийная работа: пробы, прослушивания, записи, on-line трансляции, диалоги, передачи, создание видеороликов, телемосты и пр., с перспективой федерального уровня участников и клубберов.
- Концертная работа: Заседания Клуба, концертные программы, тематические вечера, танцпол и пр.
- Клубная работа: пожалуй, самая объёмная и широкая деятельность, включающая в себя и студийную и концертную работу с максимальным использованием площадей и структуры СК, позволяющая при этом выдерживать креативность проектного формата – открытого диалога (и on-line трансляции i-net/телемосты) духовно-культурного обмена в различных слоях общества и на различных уровнях, в условиях всевозрастающей её социальной и политической значимости.
- Полномасштабная рекламная и промоутерская деятельность.

## Идеология организации проекта

- Проект ставит целью поступательное внедрение отечественной музыкальной культуры в широкие слои населения, популяризацию бизнеса с активным использованием механизмов (инструментария) формата и средств массовой информации (в частности: интернет, пресса, ТВ-передачи, студийные трансляции, клубная работа, фестивали и концертная деятельность и пр.)
- Проект ставит целью активизацию населения (как территориально, так и удалённо) в части культурного просвещения, приумножения духовных ценностей, авторитета семейственности и культурной наследственности поколений, а также развития творческого мышления – креативности.
- Проект ставит целью получение прибыли от бизнеса и использование её части в сохранении и преумножении национальных культурных ценностей Российской Федерации.

