

Команда проекта и партнеры проекта

Наталья Гросс

Наталья Гросс

- **Директор АНО центр развития человеческого капитала «Созидание»**
- **Руководитель всероссийского проекта Экономика доступным языком**

- Выпускница программы управленческого резерва "Голос поколения".
- Победитель 4 грантов Росмолодежи.
- 2 Премии Правительства Санкт-Петербурга.
- Лауреат президентской премии.
- Победитель международной премии #МЫВМЕСТЕ.
- Спикер более 30 международных и всероссийских форумов.
- Эксперт более 15 грантовых конкурсов социальных проектов.



Основатель проектов

Eduaid

Studyeconomics

Контакты:

VK:

<https://vk.com/id32185390>

mail:

nvgross0605@yandex.ru

План

- Рассмотрим **критерии грантовых конкурсов по этим разделам**
- Поговорим о заявке на грант: **как грамотно раскрыть данные пункты в заявке**
- Обзор **методов по формированию команды**



По итогу лекции вы сможете понять как сформировать успешную команду и найти партнеров проекта

КРИТЕРИИ КОНКУРСА ПФКИ

Актуальность и общественная
значимость проекта

Соответствие творческой
концепции проекта тематическим
направлениям

Логическая связность и
реализуемость проекта

Уникальность творческой
концепции проекта при ее
соответствии целям проведения
конкурса

Реалистичность бюджета проекта

Масштаб реализации проекта

Объем собственного вклада
(привлекаемых ресурсов)

Значимость и успешность опыта
заявителя по соответствующему
направлению деятельности

Соответствие опыта и
компетенций команды проекта
планируемой деятельности и ее
масштабу

Партнерская поддержка проекта

ФОНД ПРЕЗИДЕНТСКИХ ГРАНТОВ

Актуальность и социальная
значимость

Инновационность и уникальная
значимость

Логическая связность

Соотношение планируемых расходов
на реализацию проекта и его
ожидаемых результатов

Реалистичность бюджета проекта и
обоснованность планируемых
расходов н

Масштаб реализации проекта

Собственный вклад организации и
дополнительные ресурсы

Опыт организации по успешной
реализации программ, по
соответствующему направлению

Соответствие опыта и компетенций
команды проекта

Информационная открытость
организации

РУКОВОДИТЕЛЬ И КОМАНДА ПРОЕКТА

- Рекомендации, письма, отзывы, характеристики;
- Ссылки на социальные сети;
- Опыт работы;
- Пример реализации схожих проектов.
- Достижения в дополнительные сведения



СХЕМА ОПИСАНИЯ ОПЫТА КАЖДОГО ЧЛЕНА КОМАНДЫ

ОСНОВНЫЕ ПУНКТЫ

- Образование
- Опыт работы, коррелирующий с деятельностью
- Достижения
- Опыт реализации проектов или общественной деятельности.
- Роль в рамках проекта

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Образование

Образование:

Бакалавриат ОП "Экономика" НИУ ВШЭ - 2015 г.

Магистратура ОП "Маркетинговые технологии" НИУ
ВШЭ - 2017 г.

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Опыт работы

Опыт работы:

2016 - 2020 - Преподаватель экономики в НИУ ВШЭ
(Подготовительные курсы для школьников, курс олимпиадной экономики, запись онлайн курса для платформы Coursera)

2017 - 2018 - Аналитик рекламных кампаний в международном нетворке Embria Propeller Ads.

2015-2017 - Маркетинг - менеджер по продвижению образовательных курсов и программ, НИУ ВШЭ..

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Опыт общественной
деятельности:

- **Руководитель социального образовательного проекта Eduaid** - с 2015 года. (охват проекта более 200 000 уникальных человек в месяц).
- **Руководитель социального образовательного проекта "Экономика доступным языком"** - <https://studyeconomics.ru/> (с 2019 года).
- **В рамках проекта "Экономика доступным языком"** спикер более чем на 56 мастер-классах по подготовке к олимпиадам по экономике и профориентационных мастер-классах. За 2 года существования проекта в мастер-классах приняли участие более 6000 школьников Санкт-Петербурге.

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Достижения:

- **Победитель премии Цифровой бал** в номинации "Лучший онлайн проект по финансовой грамотности" по версии компании ФИНАМ - 2020 г.
- **Полуфиналист конкурса "Доброволец России"** с проектом "Экономика доступным языком". –
- **Победитель премии Правительства Санкт-Петербурга "Лучший молодежный проект"** с проектом "Экономика доступным языком" - 2020 г.
- **Лауреат конкурса "Мой проект моей стране"**
Образовательный проект "Eduaid" вошел в ТОП-3 лучших проекта в сфере развития науки и образования в РФ. Выставка со стендом проекта на форуме "Сообщество"

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Лектор

2020: Спикер “Полдника готовых решений”. Тема выпуска: "Экономика доступным языком".

2019: Приглашенный спикер СпбГАСУ "Привлечение инвестиции для социального проекта и стартапа" 2018: Приглашенный спикер на фестивале «Культура 4.0: Экономика и культура» - с лекцией на тему теории игр.

2018: Приглашенный эксперт — проведение тренинга для учителей школ Спб на тему "Как готовиться к олимпиадам по экономике школьникам?"

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Роль в рамках проекта

Обязанности в ходе реализации проекта:

- Ответственная за концепцию проекта, материальную составляющую, рекламу, волонтеров.
- Поиск партнеров, взаимный пиар, создание контента.
- Выступление на мастер-классах в роли спикера, бесплатные консультации для участников проектов.
- Ответственная за образовательную часть проекта, разработка материалов.

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – **Координатор и менеджер проекта**

Образование

Бакалавриат ОП "Экономика" НИУ ВШЭ - 2015 г.
Магистратура ОП "Государственное и
муниципальное управление" НИУ ВШЭ - 2017 г.

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – **Координатор и менеджер проекта**

ОПЫТ РАБОТЫ

Опыт работы:

с 2016 г. по н.в. - Специалист отдела культуры администрации Выборгского района Санкт-Петербурга.
2015-2016 - Ассистент менеджера проекта, ICS

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – **Координатор и менеджер проекта**

Общественная
деятельность и
достижения

- 2014-2015 - Молодежная Коллегия при Губернаторе Санкт-Петербурга, Заместитель руководителя комиссии по культуре.
- Член Молодежной коллегии Санкт-Петербурга: ответственный секретарь Комиссии по экономическим вопросам, инновациям и туризму (2013-2014 г).
- Номинант «Молодежной премии Санкт-Петербурга» по общественной деятельности.
- Организатор десятка крупных научно-практических конференций в Санкт-Петербурге.
- Руководитель социального молодежного проекта «Мастера коммуникации» (2014-2015).
- Спикер и организатор мероприятий социального проекта "Экономика доступным языком".

ПРИМЕР: ПРОЕКТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – **Координатор и менеджер проекта**

Обязанности в рамках проекта

- Регистрация и сбор заявок на участие в мероприятиях проекта, работа с участниками.
- Организация и проведение мероприятий проекта (интенсив и кейс-чемпионаты)
- Подготовка и печать материалов и сертификатов к мастер-классам.
- Выступление на мастер-классах в роли спикера, бесплатные консультации для участников проекта.

Что может быть еще?

Дополнительные сведения

- В этом поле можно указать дополнительную информацию о достижениях, добавить ссылки на публикации и другие материалы, а также указать любую информацию, которая поможет экспертам конкурса убедиться в наличии опыта, достаточного для того, чтобы успешно справиться с заявленной ролью в команде проекта.

Что может быть еще?

Рекомендации,
письма, отзывы,
характеристики

- По желанию заявителя можно загрузить до 5 документов и (или) файлов, отражающих публичную или экспертную оценку компетенций руководителя проекта.

Что может быть еще?

**Ссылки на профили
в социальных сетях**

- По желанию заявителя в этом поле можно указать ссылки на профили в социальных сетях (не более 5 ссылок).

РУКОВОДИТЕЛЬ И КОМАНДА ПРОЕКТА

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

- Не заполнена подробная информация по членам команды;
- Не указаны ссылки на социальные сети;
- Профиль команды заполнен поверхностно.
- Опыт не соответствует проекту

ДЛЯ ТЕХ КТО УЧАСТВУЕТ КАК ОРГАНИЗАЦИЯ - ЗАЯВИТЕЛЬ

На что обратить особое
внимание?

- Присутствие в СМИ: веб-сайт, группы Вконтакте;
- Реализованные проекты и их результаты как заявителя так и команды;
- Публикации в СМИ



**ОБРАТИТЕ
ВНИМАНИЕ**

ПРИМЕР

Дата начала*

05.12.2022

Дата окончания*

31.05.2023

Источник финансирования*

грант от внебюджетных источников



Сумма полученной поддержки на реализацию проекта*

1 500 000

Название проекта*

Образовательный интенсив по финансовой грамотности

Основные результаты*

Проект команды организации "Экономика доступным языком" стал победителем Международной премии #МЫВМЕСТЕ, финансирование 1,5 млн рублей на проект Образовательный интенсив по финансовой грамотности.

Результаты: видеокурс из 20 роликов по олимпиадной финансовой грамотности, охват более 50 000 просмотров, более 700 участников мастер-классов, 7 вебинаров, более 400 участников вебинаров.

Подробнее: https://vk.com/wall-184431495_292

КРИТЕРИИ КОНКУРСА ПФКИ

Актуальность и общественная
значимость проекта

Соответствие творческой
концепции проекта тематическим
направлениям

Логическая связность и
реализуемость проекта

Уникальность творческой
концепции проекта при ее
соответствии целям проведения
конкурса

Реалистичность бюджета проекта

Масштаб реализации проекта

Объем собственного вклада
(привлекаемых ресурсов)

Значимость и успешность опыта
заявителя по соответствующему
направлению деятельности

Соответствие опыта и
компетенций команды проекта
планируемой деятельности и ее
масштабу

Партнерская поддержка проекта

ФОНД ПРЕЗИДЕНТСКИХ ГРАНТОВ

Актуальность и социальная
значимость

Инновационность и уникальная
значимость

Логическая связность

Соотношение планируемых расходов
на реализацию проекта и его
ожидаемых результатов

Реалистичность бюджета проекта и
обоснованность планируемых
расходов н

Масштаб реализации проекта

Собственный вклад организации и
дополнительные ресурсы

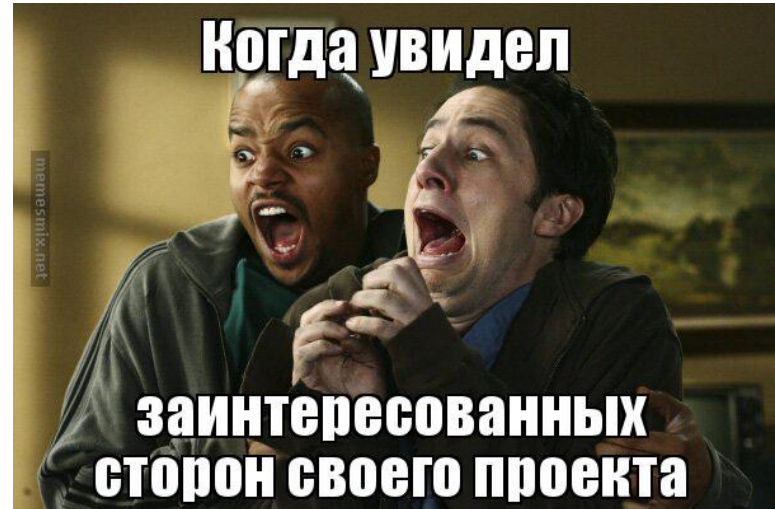
Опыт организации по успешной
реализации программ, по
соответствующему направлению

Соответствие опыта и компетенций
команды проекта

Информационная открытость
организации

ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

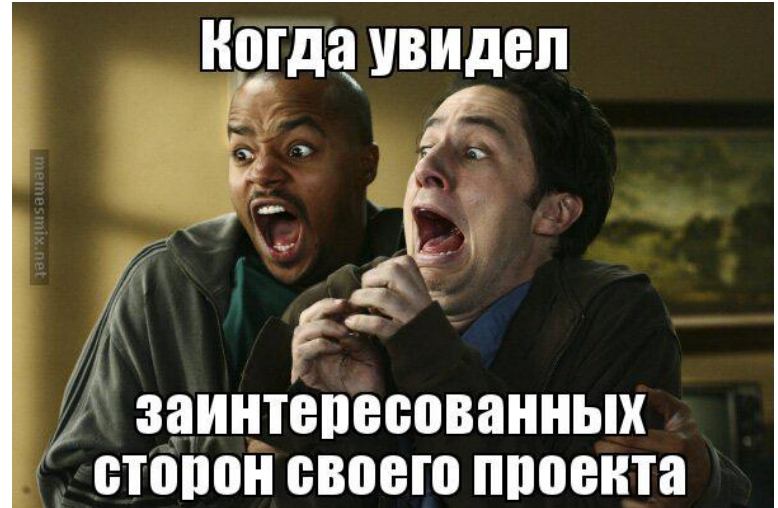
это те, кто не являются частью команды, но на разных этапах проекта оказывают влияние на реализацию проекта



ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

Кто может быть партнерами проекта?

- Сообщества и некоммерческие организации
- Корпорации и коммерческий сектор
- Органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации
- Физические лица и другие организации
- Бизнес



ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

Что нужно отразить в заявке?

- Указать всех партнеров проекта
- Определить виды поддержки
- Прикрепить письма поддержки от партнеров

Консультационная

Информационная

Материальная

Иная поддержка реализации проекта

ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

ПИСЬМА ПОДДЕРЖКИ

Письмом поддержки партнёр уведомляет грантодателя о том, что поддерживает конкретный проект участника грантового конкурса

Содержание письма поддержки

- обращение в адрес грантодателя с указанием мероприятия конкурса;
- данные, идентифицирующие партнера проекта;
- название проекта, подаваемого на грант, и ФИО руководителя;
- перечень планируемой поддержки проекта, в том числе ее вид: материальная, информационная и т.д.

ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

- Указаны партнеры, но нет писем поддержки;
- Письма поддержки написаны по шаблону;
- В письмах поддержки не указан вклад в проект.

Командные роли



**делает 99%
всей работы**

**обещает помочь,
но не помогает**










**вообще
не понимает,
что происходит**

**куда-то
исчезает
в самом начале
и появляется
только в конце**

Командные роли



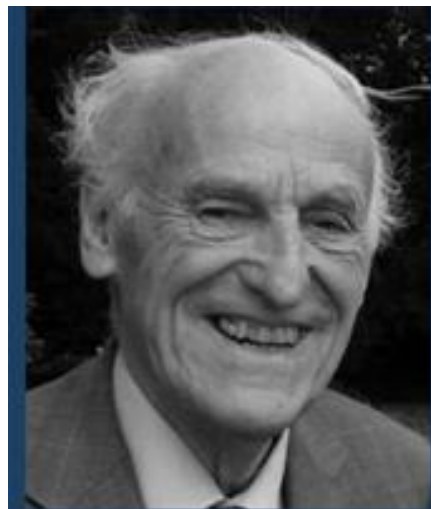
Важно не только понимать тип личности человека, но и его командную роль.

	Plant	Генератор идей	
	Resource Investigator	Исследователь ресурсов	
	Coordinator	Координатор	Председатель
	Shaper	Шейпер	Мотиватор
	Monitor Evaluator	Аналитик-Стратег	Критик
	Team Worker	Душа команды	Вдохновитель
	Implementer	Работник компании	Реализатор, Рабочая пчелка
	Completer Finisher	Педант	Контролер, Завершитель
	Specialist	Специалист	

Модель командных ролей Белбина

Главная идея модели: рабочая команда наиболее эффективна, когда состоит из людей с разными способностями, образами мышления и личностными качествами.

При этом важно, чтобы члены команды не просто отличались, а дополняли друг друга. Тогда процесс заработает по принципу конвейера, где каждый сотрудник исполняет свои конкретные функции в проекте, а затем передаёт его дальше, по цепочке.



БЕЛБИН
Реймонд
Психолог

Классификация 9 ролей Белбина: кто есть кто

Интеллектуальные роли

Генератор идей



F*

Функции: решение сложных проблем, генерирование оригинальных идей



Плюсы: незаурядный ум, оригинальность, самостоятельность, высокий интеллект



Минусы: игнорирование деталей и трудностей практической реализации, индивидуализм

Аналитик-стратег



F*

Функции: рассматривает все варианты, выносит выверенные и беспристрастные суждения, выбирает лучшую альтернативу



Плюсы: рассудительность, прозорливость, стратегичность мышления



Минусы: медлительность, холодность, пессимистичность

Специалист



F*

Функции: привносит знания и опыт по задаче



Плюсы: преданность делу, самостоятельность, любознательность



Минусы: узость специализации, редко интересуется делами других

Классификация 9 ролей Белбина: кто есть кто

Социальные роли

Душа команды



F*

Функции: поддержка и забота, снятие напряжения, выстраивание командных процессов



Плюсы: сопереживание, мягкость, вежливость, восприимчивость и дипломатичность



Минусы: нерешительность в кризисных ситуациях, легко поддается влиянию других, низкая стрессоустойчивость

Исследователь ресурсов



F*

Функции: изучает возможности, устанавливает внешние контакты



Плюсы: коммуникабельность, оптимизм, любознательность, гибкость, энтузиазм, открытость



Минусы: непоследовательность, быстрая потеря интереса к начатому делу

Координатор



F*

Функции: проясняет цели работы, организует рабочий процесс, устанавливает сроки, распределяет задачи в команде



Плюсы: организованность, уверенность, зрелость, готовность делегировать



Минусы: авторитарность, Склонность к манипулированию

Классификация 9 ролей Белбина: кто есть кто

Роли действия

Мотиватор



F*

Функции: привносит драйв, помогает преодолевать трудности, мотивирует других на работу, готов вести за собой

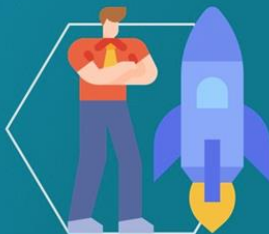


Плюсы: ориентация на результат, смелость, динамичность, напористость



Минусы: раздражительность, отсутствие чувства юмора, негибкость

Реализатор



F*

Функции: воплощает идеи и решения в практические действия



Плюсы: дисциплинированность, надежность, консервативность, эффективность



Минусы: склонность к бюрократизму, медленная реакция на новые возможности

Педант



F*

Функции: доводит проект до полного завершения, выявляет ошибки, исправляет ошибки и недоработки



Плюсы: аккуратность, стремление к высоким стандартам, ориентация на сроки, внимание к деталям



Минусы: одержимость, повышенная тревожность, сложно делегирует полномочия

Как выявить командные роли у сотрудников

Факторы, которые влияют на выбор командной роли для человека

- Личностные особенности;
- Интеллектуальные способности;
- Внутренняя и внешняя мотивация, личные ценности;
- Прошлый опыт;
- Степень освоения командной роли.

Инструменты определения роли

- Комплексное тестирование по трём блокам: мотивация, интеллект и личность.
- Гибридная технология оценки
- Глубинное интервью

Один человек может сочетать в себе несколько командных ролей: одна проявляется больше, другая — меньше. Например, сотрудник может быть одновременно и Аналитиком, и Душой команды или Мотиватором и Реализатором.

Как собрать рабочую команду по модели Белбина

При формировании команды важен баланс, чтобы достоинства одних участников смогли компенсировать недостатки других.

Например, Аналитик будет периодически спускать Генератора идей «с небес на землю», Душа команды поможет Педанту справиться с лишней тревогой, а Мотиватор будет вдохновлять Реализатора, когда тот, из-за нелюбви к новому, будет противиться переменам.



Модель Белбина выводы

1. Согласно исследованию, успех команды в частности зависит от наличия в ней сотрудников с разными типами поведения.
2. Рэймонд Белбин выделил 9 типов поведения в команде и назвал их «командными ролями».
3. Чтобы добиться успеха, команда должна использовать все 9 поведенческих типов, но это не значит, что коллективу нужны минимум 9 сотрудников — члены команды могут играть сразу несколько ролей.
4. Эти роли не всегда нужны сразу: сначала определите цели, а потом решайте, какие из командных ролей потребуются для их достижения.
5. Группировать их можно по три, в зависимости от предпочтений: по трудовым особенностям или видам деятельности.
6. Метод Белбина поможет понять свои сильные стороны, создать продуктивную команду или улучшить взаимоотношения внутри коллектива.

Подведем итоги



- Рассмотрим критерии грантовых конкурсов по этим разделам
- Поговорим о заявке на грант: как грамотно раскрыть данные пункты в заявке
- Обзор методов по формированию команды

Спасибо за внимание!



Вопросы?



Наталья Гросс

- Директор АНО центр развития человеческого капитала «Созидание»
- Руководитель всероссийского проекта Экономика доступным языком

Основатель проектов

Eduaid

Studyeconomics

Контакты:

VK:

<https://vk.com/id32185390>

mail:

nvgross0605@yandex.ru

По всем вопросам



Количественные и качественные результаты проекта

Наталья Гросс

План

- Рассмотрим **на какие критерии грантовых конкурсов влияет этот раздел**
- Поговорим о том: **что такое социальный эффект**
- Обзор **пунктов заявки где важно осветить количественные и качественные показатели.**



По итогу лекции вы сможете понять как запланировать социальный эффект своего проекта и оценить его после реализации проекта

Результаты проекта Социальный эффект

Все позитивные изменения, которые произойдут в результате реализации проекта: уровень знаний участников проекта, развитие компетенций, популяризация вида деятельности, повышение уровня информированности и вовлеченности и др.

Количественные

Качественные

С помощью ожидаемых результатов можно проверить достижимость и правильность постановки любой цели.

Результаты проекта Социальный эффект

В данном разделе приводятся ОЖИДАЕМЫЕ результаты проекта, которые должны соответствовать следующим характеристикам:

- адекватность;
- объективность;
- достоверность;
- однозначность.

Количественные

Качественные

КРИТЕРИИ КОНКУРСА ПФКИ

Актуальность и общественная
значимость проекта

Соответствие творческой
концепции проекта тематическим
направлениям

Логическая связность и
реализуемость проекта

Уникальность творческой
концепции проекта при ее
соответствии целям проведения
конкурса

Реалистичность бюджета проекта

Масштаб реализации проекта

Объем собственного вклада
(привлекаемых ресурсов)

Значимость и успешность опыта
заявителя по соответствующему
направлению деятельности

Соответствие опыта и
компетенций команды проекта
планируемой деятельности и ее
масштабу

Партнерская поддержка проекта

ФОНД ПРЕЗИДЕНТСКИХ ГРАНТОВ

Актуальность и социальная
значимость

Инновационность и уникальная
значимость

Логическая связность

Соотношение планируемых расходов
на реализацию проекта и его
ожидаемых результатов

Реалистичность бюджета проекта и
обоснованность планируемых
расходов н

Масштаб реализации проекта

Собственный вклад организации и
дополнительные ресурсы

Опыт организации по успешной
реализации программ, по
соответствующему направлению

Соответствие опыта и компетенций
команды проекта

Информационная открытость
организации

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Количественные результаты

количество мероприятий, проведённых в рамках проекта

количество специалистов, задействованных в проведении мероприятий проекта

количество человек, принявших участие в мероприятиях проекта

Способствуют достижению цели и задач проекта, их можно измерить цифрами.

Численные результаты должны выражаться в конкретных, измеряемых единицах.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Что включить?

Вовлеченность в проект, где вы указываете количество участников проекта, количество задействованных волонтеров и экспертов, учреждений и т.п



КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Что включить?

Проведение мероприятий проекта, где необходимо расписать количество, проводим в рамках проекта мероприятий (спортивные мероприятия, фестивали, вебинары, творческие мероприятия, образовательные и т.п.)



КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Что включить?

Публикации, где указывается количество постов в социальных сетях, статей в печатных и интернет-изданиях, количество теле- и радиоэфиров и т.п.



КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Что включить?

Информационный охват, в котором вы указываете общее число человек, которые узнали о вашем проекте в течение его реализации.



КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Что включить?

Разработка / создание «продуктов проекта» — показатель, в котором вы обозначаете итоги реализации вашего проекта (создание сайта, методических рекомендаций, образовательных программ, издание книг, строительство объекта, и др.)



КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ -ПРИМЕР

Количественные результаты

С 1 сентября 2019 года по 31 декабря 2019 года планируем:

- Запуск проекта на 2 площадках (Вконтакте, Youtube)
- Вовлечь более 10 волонтеров студентов-экономистов
- Выпустить 25 видеороликов (до 15 минут каждый)
- Провести 5 мастер –классов в Санкт-Петербурге (кол-во участников одного мастер класса от 70 человек)
- Провести 5 онлайн мастер-классов на базе группы Вконтакте (кол-во участников одного мастер-класса от 300 человек)
- Провести 1 тренинг для преподавателей школ Санкт-Петербурга (кол- во участников от 50 человек)
- От 10 000 уникальных посетителей в месяц на сайте. (на январь 2020).

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Количественные результаты

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

- **Не указаны количественные результаты или указаны размыто**
- **Не соотносятся с текстом заявки и с бюджетом**

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Качественные результаты

Социальный эффект – все позитивные изменения, которые произойдут в результате реализации проекта: уровень знаний участников проекта, развитие компетенций, популяризация вида деятельности, повышение уровня информированности и вовлеченности и др.

Как изменится жизнь вашей целевой аудитории?

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Качественные результаты

Конкретные качественные изменения, которые произойдут в результате реализации проекта.

Аргументируйте, почему достигнутые результаты и сам проект устойчиво меняют положение целевой аудитории, почему социальные изменения сохранятся по завершении проекта, не вернется ли ситуация к своему изначальному состоянию, к тому, каким оно было до того, как Вы начали реализацию проекта.

Если измерить результат невозможно — это не результат.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Качественные результаты



Время

+



Результат

+



Решение социальной
проблемы

КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ

Для эффективного управления ходом реализации социального проекта

и оценки степени достижения его результатов необходимо описать показатели измерения, способы измерения и источники информации для их измерения

№ п/п	Результат	Показатель измерения	Способы измерения	Источник информации
-------	-----------	----------------------	-------------------	---------------------

Индикаторы являются средством для определения того, какие признаки можно считать доказательствами успешного выполнения проекта.

Индикатор — доступный наблюдению факт, сообщающий информацию о переменных в состоянии, движении, направлении некоего явления, представляющего интерес для наблюдателя.

КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Как выбрать индикаторы?

- Индикаторы должны давать информацию, которую можно и необходимо будет использовать в дальнейшем.
- Выбирайте индикаторы, которые легко измерять, анализировать и распространять с учетом имеющихся для этого ресурсов.
- Индикаторы легче будет оценивать и анализировать, если они выбраны людьми, которые будут заниматься сбором и анализом информации.

Критерии отбора индикаторов:

- обоснованность, очевидная связь с тем, что оценивается;
- возможность использования на регулярной основе (например, раз в год или два года);

КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

МЕТОДЫ СБОРА ДАННЫХ

Наблюдение (смотреть, слушать, считать)

Измерение (делать замеры, снимать показания)

Опрос (задавать вопросы)

Анализ документов (читать, изучать).

КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ПОКАЗАТЕЛИ

Показатели социального развития личности (динамика уровня развития личности: не умел – научился, не знал – узнал; качество продуктов социально-творческой деятельности (поделки, рисунки, походы, акции).

КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ПОКАЗАТЕЛИ

Показатели социальной адаптации личности (снижение риска асоциальных явлений, повышение уровня социальной успешности участников, активность).

КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ПОКАЗАТЕЛИ

Показатели общественного мнения (популярность проекта, социально-профилактический эффект, заинтересованность социальных партнеров, отклик в средствах массовой информации).

КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ПОКАЗАТЕЛИ

Технологические показатели (уровень организации, четкость и эффективность управления, организационная культура участников).

Экономические показатели (соотношение затрат с социально-экономическим эффектом, привлечение дополнительных материально-технических ресурсов).

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Качественные
результаты
пример

- Доступный сервис с систематизированными материалами по экономике для преподавателей и школьников (для самостоятельного обучения)
- Улучшение образования
- Профориентация молодежи
- Повышение финансовой грамотности школьников
- Увеличение количества участников олимпиад по экономике, повышение результатов олимпиад
- Практика студентам, вовлечение в волонтерскую деятельность
- Расширение знаний школьников в области экономического анализа.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Качественные результаты

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

- **Не указаны качественные результаты или указаны размыто**
- **Не соотносятся с текстом заявки и с бюджетом**
- **Все количественные и качественные результаты должны браться из цели, задач и мероприятий проекта.**
Формулировка результатов должна быть четкой и не содержать отвлекающих слов и фраз.

Наиболее распространенные критерии оценки эффективности социальных проектов



1. Масштаб деятельности

Абсолютные количественные показатели, а также их динамика. Данные показатели достаточно легко поддаются измерению и оценке:

- ❑ количество благополучателей, подписчиков, волонтеров, участников мероприятий;
- ❑ количество проведенных мероприятий, обращений в НКО, оказанных услуг;
- ❑ объем привлеченных/распределенных финансовых и иных средств;
- ❑ продолжительность деятельности организации;
- ❑ количество филиалов/представительств организации; количество регионов деятельности НКО.



Привлекли 58 волонтеров.



Всего приняли участие более 10000 школьников
Провели 56 мероприятий

2.Репутация и PR.

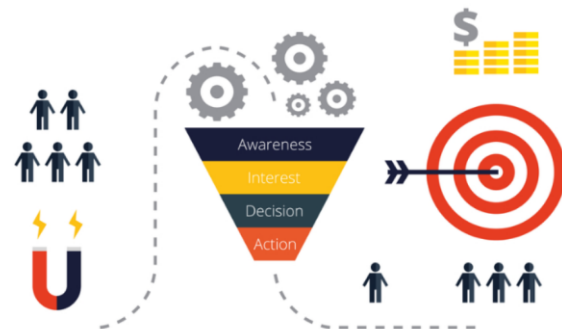
Основными каналами коммуникаций являются **сайт, социальные сети, СМИ, публичные мероприятия**. Большинство НКО пользуются аналитическими инструментами оценки эффективности своей онлайн-работы (метрики Яндекс, Google, Facebook, опросы, формы обратной связи) и публичных мероприятий и акций.

- ❑ **охват аудитории:** количество подписчиков, статистика посещений, просмотров;
- ❑ **уровень вовлеченности пользователей,** виральность контента (число лайков, перепостов, продолжительность пребывания на сайте, отклики на рассылку);
- ❑ **конверсия** – совершение желаемых действий (например, пожертвований, увеличение количества звонков в фонд);
- ❑ **увеличение трафика сайта** и запросов после проведенных мероприятий и акций, рекламных объявлений;
- ❑ **объем сэкономленных ресурсов** НКО;
- ❑ **количество публикаций с упоминанием НКО** и сотрудников НКО в СМИ, количество обработанных журналистских запросов, пресс-конференций;
- ❑ **мониторинг СМИ,** оценка эффективности по количеству и качеству сообщений об организации.

$$ER = \frac{\text{Реакции}}{\text{Подписчики}} \times 100\%$$

$$ER = \frac{\text{Реакции}}{\text{Охват}} \times 100\%$$

Отличие CR от CTR



Пример СМИ



Газета «Вечерний Петербург»



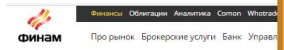
Журнал «Панорама ТВ» тираж 500 000 экз



Правительство Санкт-Петербурга

Экономика Доступным языком

Более 60 обзоров в федеральных и региональных СМИ



Новости компании

- О компании
- Преимущества
- Структура группы
- Награды и достижения
- Лицензии
- Новости компании**
- Спецвыпусы
- Контакты

"ФИНАМ" выступил партнером проекта "Цифровой бал"

Компания ФИНАМ

На «Цифровом балу» состоится подведение итогов и награждение победителей всероссийской молодежной премии «Будущее финансового рынка: цифровизация», направленной на выявление самых активных представителей молодого поколения. Участники будут соревноваться в следующих номинациях: «Лучший кейс по цифровой трансформации бизнеса», «Лучший цифровой стартап», «Лучшее исследование», «Лучший образовательный онлайн-проект по финансовой грамотности», «Цифровой эволютер финансового просвещения», «Вклад новых медиа в цифровизацию», «Лучшая образовательная программа по цифровой экономике», «За вклад в развитие междисциплинарных отношений». За успешную молодежную политику в компании».

Президент-председатель правления группы компаний «ФИНАМ» Владислав Коновалов входит в состав экспертного совета премии, включающего видных представителей государства, бизнеса и экспертного сообщества. Также «ФИНАМ» выступает официальным партнером номинации «Лучший образовательный онлайн-проект по финансовой грамотности». Помимо денежного вознаграждения все победители получат возможность записать свои видеоматериалы для дистанционной образовательной платформы группы компаний.



Рассказываем как создать нужный городу проект и выиграть средства на его развитие на Телеканале Город+.

Подробнее: gorod-plus.tv/article/62570



Победители грантовых конкурсов рассказали о своем успехе 6 920 просмотров
Идея и решение: какой проект может победить в грантовом конкурсе
gorod-plus.tv



3. Финансы и иные ресурсы.

Эффективность фандрайзинга – один из ключевых критериев оценки деятельности НКО.

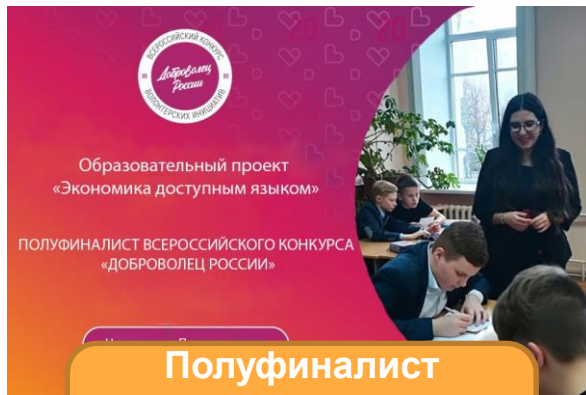
- ❑ **объем** привлеченных ресурсов;
- ❑ **количество предпринятых действий** – проведенных фандрайзинговых акций, подключенных сервисов, установленных ящиков для пожертвования, подготовленных грантовых заявок, проданных сувениров.



Пример ресурсов - грант



**Грант Росмолодежи
2018 – форум Ладога –
400 000 рублей**



**Полуфиналист
«Помощь детям»
1 место в регионе –
2020 год**



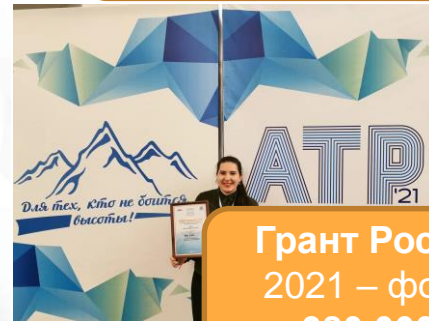
**Премия
Правительства
Лучший молодежный
проект**



**Проект года по
финансовой
грамотности –
компании ФИНАМ**



**Номинация
“Реализованный
проект”
Победитель конкурса волонтерских
проектов
“Ты можешь все!”**



**Грант Росмолодежи
2021 – форум АТР –
380 000 рублей**

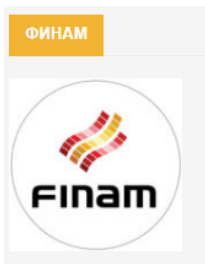
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРЫ

ПРИМЕР РЕСУРСЫ



Росмолодёжь

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ДЕЛАМ МОЛОДЕЖИ



Нас поддерживает:

- Федеральное агентство по делам молодежи
- Правительство Санкт-Петербурга
- Администрация Выборгского и Московского района
- 5 Ведущих экономических университетов (НИУ ВШЭ и СПбГЭУ)

-11 школ города Санкт-Петербург

-И предоставляет:

1. Помещения для проведения мероприятий
2. Студентов волонтеров
3. Экспертную помощь преподавателей
4. Видеостудию для записи материалов

Информационная поддержка:



ИНФОРМАЦИОННЫЕ
ПАРТНЕРЫ

Мой второй проект Eduaid (суточный охват более 30 тыс. человек). + 80 партнеров проекта Eduaid
10 школ Выборгского, Московского и Приморского районов, 15 экономических университетов.



Экономика
Доступным языком

vk.com/Eduaid

СЕРВИС №1 ПО ПОИСКУ
ГРАНТОВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ

3. Финансы и иные ресурсы.

Для оценки волонтерского ресурса также преимущественно используются абсолютные критерии оценки эффективности

- количество волонтеров, кураторов в месяц;
- количество новых/регулярных/активных волонтеров;
- количество мероприятий, проведенных с участием волонтеров.

Реже измеряется стоимость привлечения и обучения волонтера, его вклад в проект, в достижение социальных результатов.



4. Долгосрочные позитивные изменения.

1. Как именно изменится жизнь благополучателей в долгосрочной перспективе?
2. Какие произойдут системные изменения, до какой степени снизится острота решаемой социальной проблемы благодаря данному конкретному проекту?

- 1) Позитивные изменения в жизни благополучателей.
- 2) Позитивные результаты для сообщества: изменение институциональных условий, общественного мнения, отношения к конкретной проблеме и ее решению.
- 3) Устойчивость результатов деятельности НКО после прекращения проекта, программы, оказания услуги.

География проекта, период и целевые группы

ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА ПРОЕКТА

Конкретно обозначенная группа, объединенная каким-либо признаком, на которую направлена реализация проекта для решения актуальной для нее социальной проблемы.

Следует указать одну или несколько целевых групп — людей, на взаимодействие с которыми преимущественно направлен проект.

! Одна из главных характеристик целевой аудитории — ее конкретность

! При описании целевой аудитории следует указывать: возраст, род деятельности или иной специфический признак, объединяющий группу

Целевые группы

ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА ПРОЕКТА

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

- Размытая целевая аудитория
- Объединение аудиторий с разными потребностями в одну

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: ХАРАКТЕРИСТИКИ КЛИЕНТА



ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ

- Пол
- Возраст
- Национальность
- Семейное положение

СОЦИАЛЬНЫЕ

- Образование
- Специальность
- Источник дохода
- Уровень дохода
- Религиозные убеждения

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ

- Страна
- Населенный пункт
- Численность населения
- Климат

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ

- Жизненная позиция
- Ценности
- Интересы
- Образ жизни
- Рефертная группа и кумиры

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

! У проекта должна быть только одна основная цель

ожидаемый главный результат, который будет достигнут, путем реализации комплекса мероприятий, запланированных в рамках проекта, прописанных конкретно, реалистично, достижимо

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

! У проекта должна быть только одна основная цель

Цель должна быть напрямую связана с реализацией проекта и достижима к моменту завершения проекта.

Важно убедиться, что достижение цели можно будет измерить количественными и качественными показателями, указанными в соответствующих полях заявки.

Следует избегать общих фраз, формулировка должна быть максимально конкретной.

Рекомендуется формулировать одну цель, которую возможно достичь, решив несколько задач. Если у проекта несколько целей, следует указать каждую из них в отдельном поле.

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

! У проекта должна быть только одна основная цель

Цель проекта должна быть связана с проблемой, на решение которой направлен проект. Цель проекта должна быть в том, чтобы изменить ситуацию и решить проблему, благодаря конкретным действиям.

Положительный пример:



Повышение уровня осознанного потребления и знаний в области раздельного сбора мусора у 250 представителей молодежи города N, путем проведения экологического фестиваля до месяца 20XX г.

Отрицательный пример:



Повышение уровня осознанного потребления и знаний в области раздельного сбора мусора путем проведения экологического фестиваля.

Цель актуальна, достижима, но необходимо ввести ключевой количественный показатель для измеримости

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

S

Specific
КОНКРЕТНЫЕ



Вместо обычного «хочу то-то» прописывайте конечный результат цели со всеми деталями.

M

Measurable
ИЗМЕРИМЫЕ



Используйте цифры или другие точные данные, чтобы сделать цель измеримой для оценки результата.

A

Attainable
ДОСТИЖИМЫЕ



Ставьте задачи, которые вам по силам. Не задирайте планку слишком высоко.

R

Relevant
ЗНАЧИМЫЕ



Спросите себя: «Зачем мне это?» Может, цель нужно переформулировать или она вообще лишняя.

T

Timebound
С ЧЕТКИМИ СРОКАМИ



Ставьте срок, к которому вы планируете достичь цели. Это стимулирует и не дает расслабиться.

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

! Что нужно сделать, чтобы получить запланированные результаты

Задачи проекта отражают крупные блоки работы по достижению цели проекта. - **Последовательные шаги и направления.**

Задачи проекта имеют показатели – конкретные результаты, достигаемые при выполнении данной задачи.



ПРИМЕР ЦЕЛИ И ЗАДАЧ ПРОЕКТА

Создание у целевой аудитории проекта целостного представления о феномене культурной жизни в блокадном Ленинграде путем проведения выставки в течение полугода и привлечения более 30 000 посетителей.

- 1) Создание выставок «Музы непокорённого города. К 80-летию со дня полного снятия блокады Ленинграда» в Москве, Калининграде
- 2) Разработка мультимедийного контента проекта о деятелях культуры, внёсших значительный вклад в героическую летопись блокадного Ленинграда
- 3) Проведение в рамках проекта культурно-просветительской мероприятий, в том числе в Интернет
- 4) Распространение в Интернете информации о проекте и роли ленинградских деятелей культуры в Победе над врагом.

3. Описание проекта, включая обоснование уникальности проекта



Сжатое и емкое описание проектной инициативы, изложенное понятным языком, который поймет любой человек, в том числе не имеющий представления о проекте.

В разделе необходимо дать понятное изложение всего проекта, инициативы (от названия, целевой аудитории, проблемы до содержания, наполнения и ожидаемого результата по его реализации)

КРАТКИЙ ГАЙД ВСЕХ
МЕРОПРИЯТИЙ ВАШЕГО ПРОЕКТА!

3. Как доказать уникальность проекта?



Определите ярко выраженную идею: Четко сформулируйте основную идею вашего творческого проекта, выделяя его уникальные черты и ценности

Укажите цель и ценность проекта: Объясните, как ваш проект решает конкретные проблемы или какие потребности он удовлетворяет, подчеркивая его уникальность.

Отметьте инновации: Подчеркните любые новаторские элементы в вашем проекте – это может быть использование нестандартных методов, технологий или подходов.

3. Как доказать уникальность проекта?



Приведите примеры аналогов и отличий: Сравните ваш проект с существующими аналогами, выделяя те аспекты, в которых он уникален или предлагает улучшения.

Опишите ваше творческое видение: Поделитесь своим уникальным видением и стилем, которые придают вашему проекту особую привлекательность и оригинальность.

Подкрепите релевантным опытом: Укажите свой опыт и компетенции, демонстрируя, что вы обладаете необходимыми знаниями и навыками для успешной реализации проекта.

3. Как доказать уникальность проекта?



Предоставьте демонстрации или образцы: Если возможно, предоставьте образцы работ, прототипы или другие доказательства концепции, чтобы подтвердить уникальность вашего творческого подхода.

Опишите потенциальное воздействие: Расскажите, как ваш проект может оказать положительное воздействие на аудиторию, общество или отрасль.

Подчеркните актуальность исследования: Если ваш проект базируется на исследованиях, подчеркните актуальность и важность этой работы для развития области

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ

- **Вместо краткого описания прописана актуальность**
- **Прописана в общем концепция без детализации**
- **Нет количественных показателей, целевой аудитории.**
- **Не прописано как происходит отбор целевой аудитории**

КРИТЕРИЙ

Уникальность творческой концепции проекта при ее соответствии целям проведения конкурса

Оценки 9-10 присваиваются, если проект по данному критерию проработан отлично:

- проект полностью соответствует целям проведения специальных конкурсов;
- творческая концепция не имеет аналогов;
- проект уникален, он направлен на внедрение новых практик, методов в деятельность заявителя и (или) его партнеров или расширяет территорию и увеличивает охват целевых аудиторий, вовлекает новые целевые аудитории для реализации проекта на основе проверенных результативных методов и инструментов;
- в заявке четко описано, как внедрение указанных новаций позволит качественно улучшить заявленную деятельность;
- замечания эксперта отсутствуют

Оценки 6-8 присваиваются, если творческая концепция имеет признаки уникальности:

- проект полностью соответствует целям проведения специальных конкурсов;
- проект имеет существенные отличия от реализованных ранее аналогичных проектов других организаций и граждан;
- проект предусматривает внедрение новых или значительно улучшенных процессов, методов, практик, расширение территории их применения и (или) охвата целевых аудиторий или вовлекает новые целевые аудитории, но в заявке имеются небольшие недочёты, не позволяющие ясно представить это; не описано, как это приведет к изменению содержания и результативности деятельности, которую осуществляет заявитель и (или) его партнеры

Оценки 3-5 присваиваются, если творческая концепция практически не имеет признаков уникальности:

- проект в основном соответствует целям проведения специальных конкурсов;
- аналогичные проекты были реализованы другими организациями и гражданами ранее или находятся в стадии реализации;
- в заявке упоминается использование новых или значительно улучшенных процессов, методов, практик, вместе с тем состав мероприятий проекта в явном виде не позволяет сделать вывод о том, что проект является уникальным по сравнению с деятельностью других организаций и граждан по соответствующей тематике

Оценки 0-2 присваиваются, если проект не является уникальным:

- проект не соответствует целям проведения специальных конкурсов;
- проект, по сути, не имеет признаков новизны в содержании, является продолжением осуществляемой ряд лет (ранее осуществлявшейся) деятельности заявителя;
- практики и методики, указанные в заявке, являются устаревшими и не рекомендуются к применению (на наличие данного обстоятельства необходимо указать в комментарии к оценке с соответствующим обоснованием)

Подведем итоги



- Рассмотрели **на какие критерии грантовых конкурсов влияет этот раздел**
- Поговорили о том: **что такое социальный эффект**
- Обзор **пунктов заявки где важно осветить количественные и качественные показатели.**

Спасибо за внимание!



Вопросы?

Планирование проекта: календарный и медиаплан проекта

Наталья Гросс

ЧТО ТАКОЕ КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА?

Календарный план — это полный перечень работ, которые нужно выполнить в рамках проекта со сроками по каждому этапу, а иногда и задаче.

На базовом уровне план работ включает сроки и задачи по каждому этапу. В более подробный план дополнительно можно записать:

- задачи для каждой группы исполнителей: разработчиков, менеджеров, дизайнеров;
- контрольные точки по каждому этапу и задаче;
- онлайн и офлайн-мероприятия: встречи с заказчиком, презентация проекта и промежуточных результатов.

Цели и задачи календарного планирования

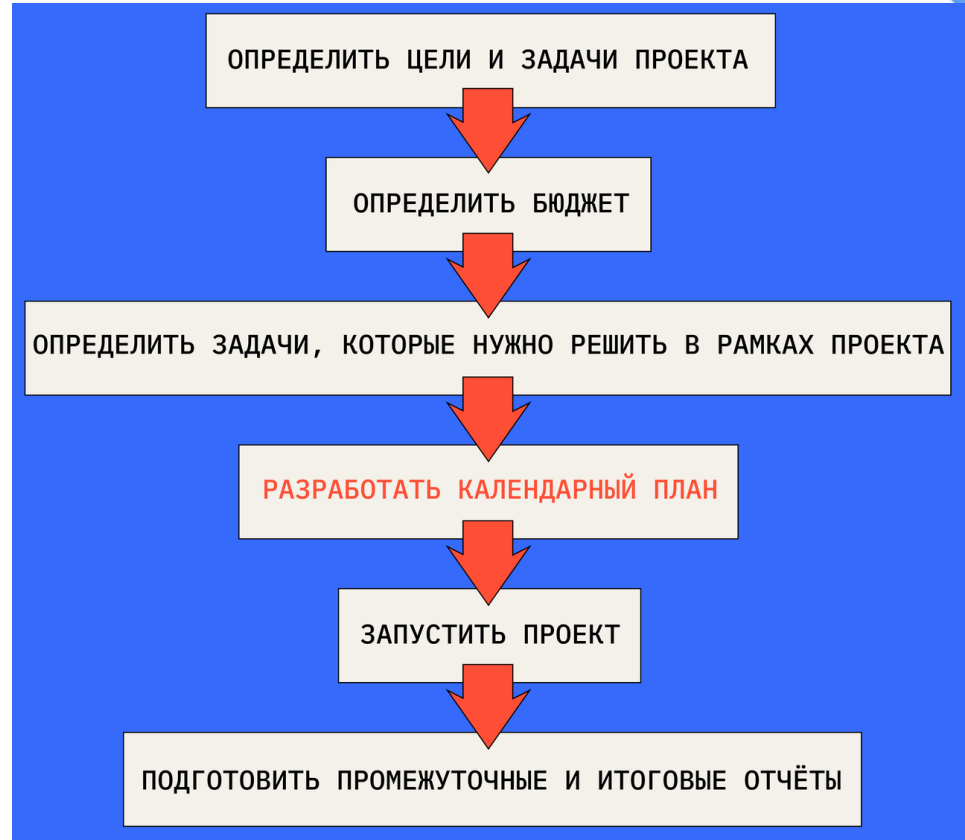
Упрощает контроль в рамках проекта. Менеджер видит, когда сроки уже поджимают и нужно проконтролировать, чтобы все в них уложились.

- **Помогает оценить, можно ли выполнить задачи в срок и с имеющимися ресурсами.** Если для проекта не хватает людей, бюджета или времени, с помощью плана работ это можно обнаружить и разрешить ещё на старте.

- **Упорядочивает работу команды.** Когда календарный план перед глазами, каждый понимает, как распределить время и ресурсы, каких результатов от него ждут.

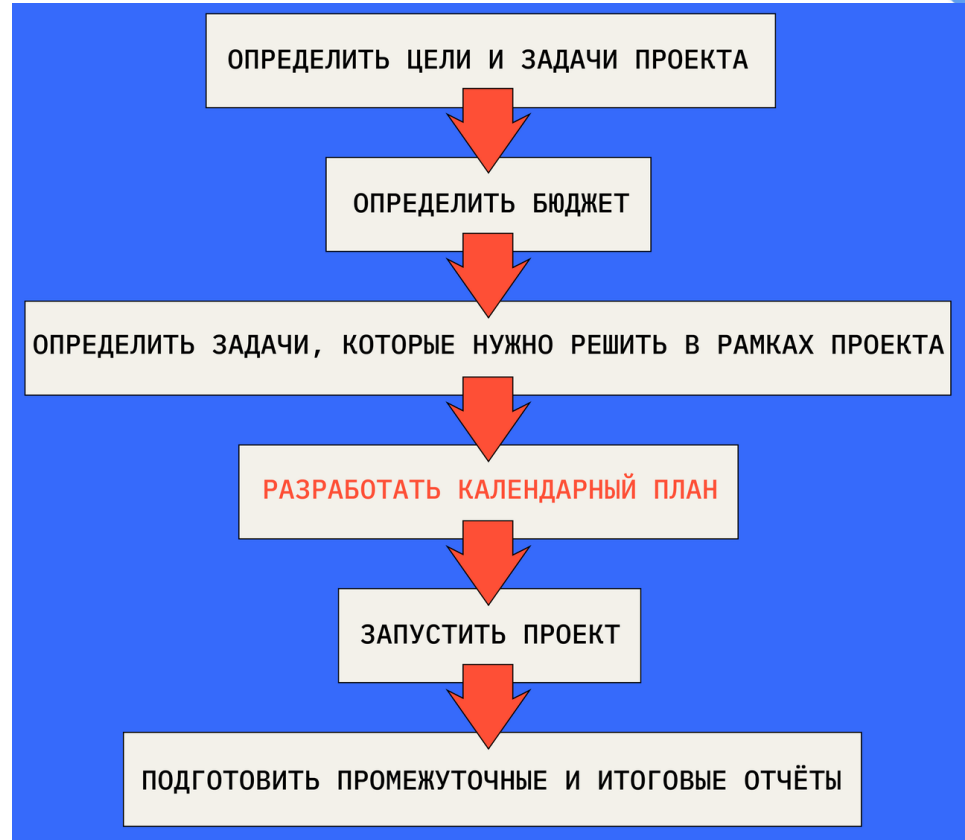
Создание календарного плана проекта

1. Изучить цели, задачи и бюджет проекта



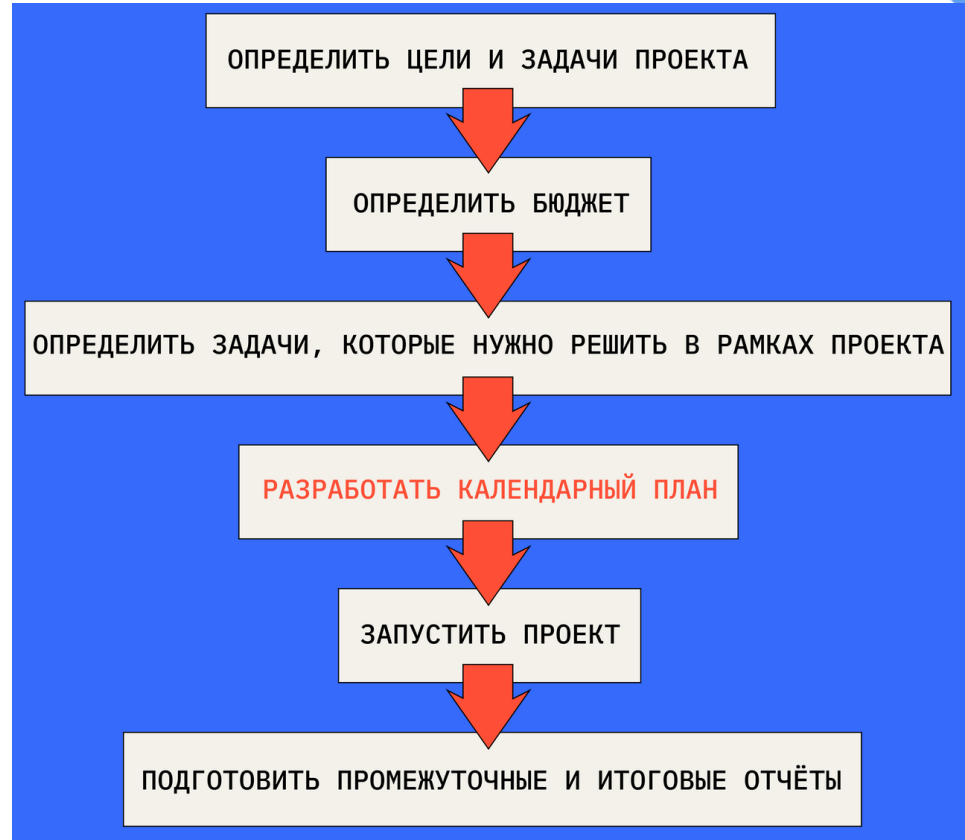
Создание календарного плана проекта

Декомпозировать, то есть разделить глобальную задачу на множество мелких



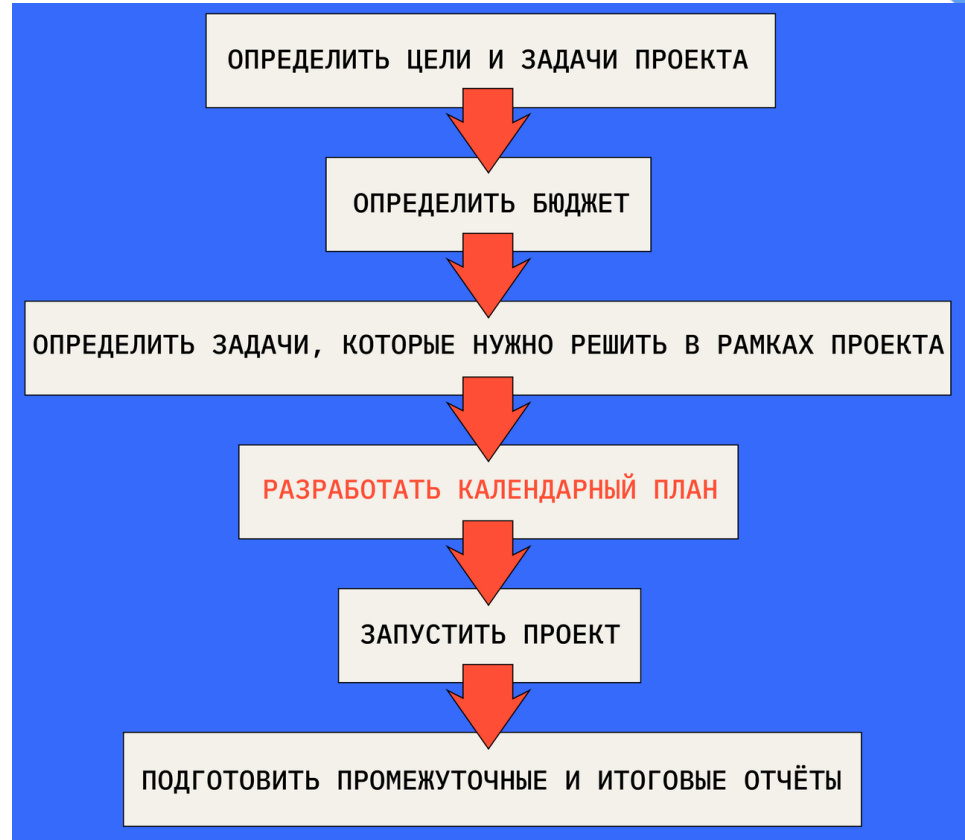
Создание календарного плана проекта

3. Добавить детали. Подумать, что ещё потребуется на каждом этапе. Например, подготовить пакет документов, протестировать функциональность, согласовать с заказчиком.



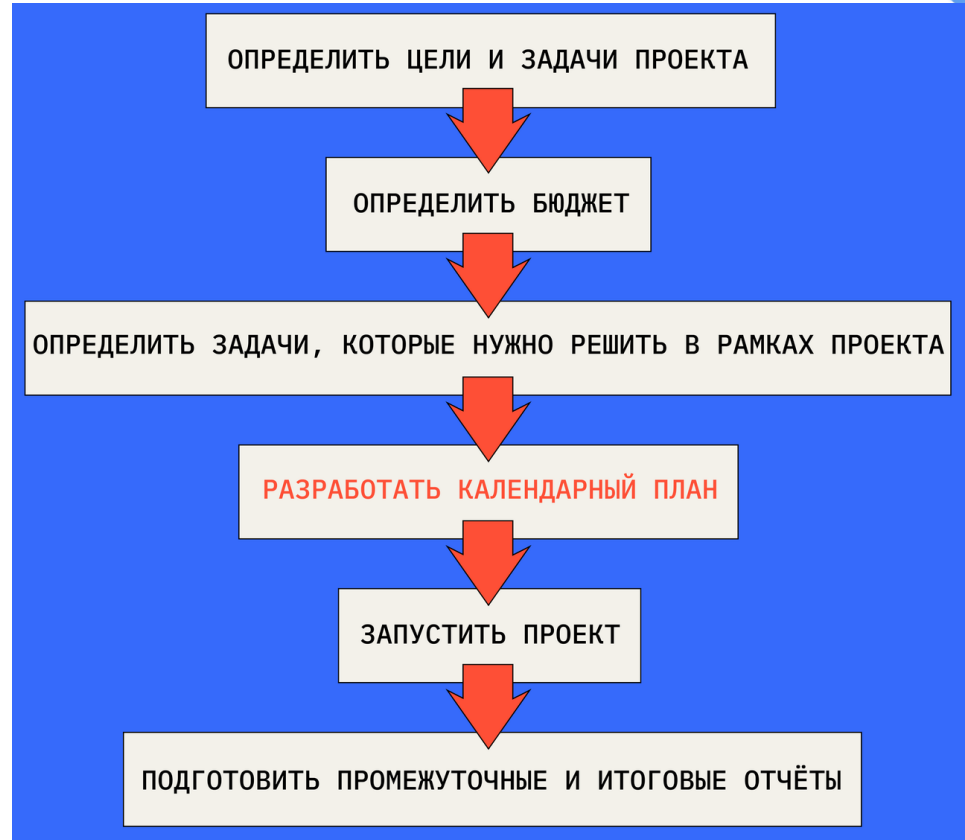
Создание календарного плана проекта

4.Сверить календарный план с командой. На этом этапе план сверяют с командой и корректируют.



Создание календарного плана проекта

5. Убедиться, что ресурсов достаточно.



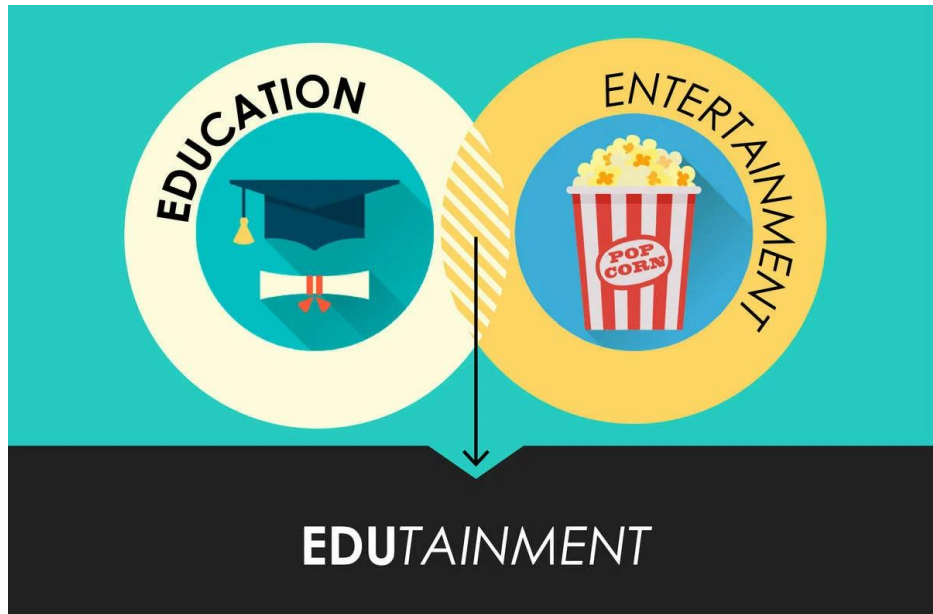
КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Решаемая задача	Мероприятие, его содержание, место проведения	Дата начала реализации мероприятия	Дата окончания реализации мероприятия	Ожидаемые результаты
Провести мастер классы и однодневный форум	Разработка тем, подготовка материалов, поиск спикеров. Выбор даты проведения мастер-класса, договор с площадками проведения Реклама мастер-классов Проведение мастер –классов (5 мастер классов – 1 раз в месяц) Проведения однодневного форума для школьников			По каждому мероприятию количественные и качественный результат

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

- Поверхностный календарный план, указаны общие задачи;
- Нет количественных результатов в ожидаемых результатах;
- Не определены мероприятия, все указано размыто.



10 советов

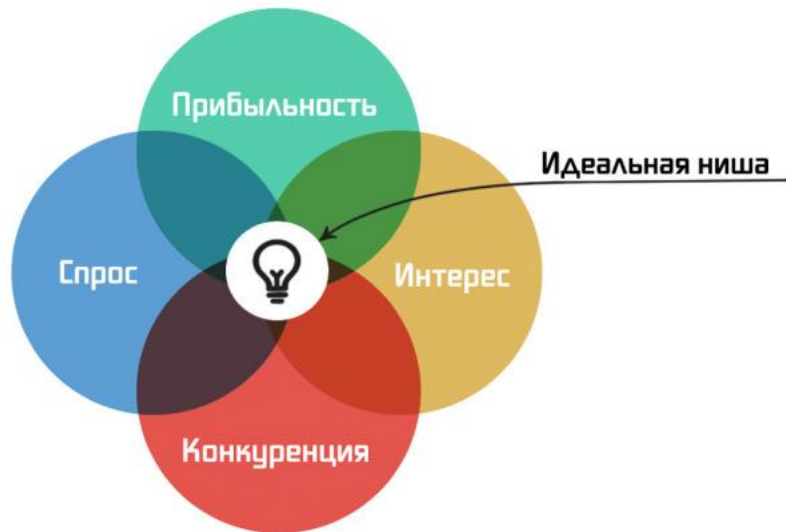
Как создать креативный проект?



Как создать креативный проект?

Исследуйте Ниши:

Изучите узкие ниши в области креативных индустрий, где могут существовать неудовлетворенные потребности. Поиск неочевидных областей может привести к уникальным идеям.



Как создать креативный проект?

Объединение Контекстов:

Попробуйте объединить различные контексты и области. Например, перенесите идеи из мира музыки в сферу визуального искусства или объедините технологии с традиционными художественными методами.



Как создать креативный проект?

Инспирация в Личном опыте:

Разберитесь, как личные или общественные опыты могут стать отправной точкой для творческого проекта. Личная страсть и связь с темой могут придать проекту особую эмоциональную силу.



Как создать креативный проект?

Слушайте Аудиторию:

Обратите внимание на мнения и запросы вашей целевой аудитории. Интерактивные фокус-группы или опросы могут привести к новым идеям, отражающим интересы вашей аудитории.



Как создать креативный проект?

Технологические Инновации:

Исследуйте последние технологические тенденции и рассмотрите, как их можно интегрировать в творческий процесс. Например, использование искусственного интеллекта или виртуальной реальности.



Как создать креативный проект?

Кросс-культурные Взаимодействия:

Рассмотрите влияние различных культур на творческие процессы. Экспериментируйте с элементами из разных культур, чтобы создать что-то уникальное и интересное.



Как создать креативный проект?

Экологическая Устойчивость:

Разработайте проект, который подчеркивает важность экологической устойчивости и ответственного потребления в креативной сфере.



Как создать креативный проект?

Социальная Значимость:

Задумайтесь о том, как ваш проект может способствовать решению социальных проблем или повышению осведомленности об актуальных общественных вопросах.



Как создать креативный проект?

Играйте с Формами и Структурами:

Экспериментируйте с необычными формами и структурами в вашем творческом процессе. Это может привести к новым видам выражения и восприятия.



Как создать креативный проект?

**Сотрудничество и
Интердисциплинарность:**
Рассмотрите возможность
сотрудничества с представителями
других областей, таких как
технологии, наука, бизнес.
Интердисциплинарность может
привести к уникальным идеям и
подходам.



1. Экскурсии

Экскурсии — можно выбрать интересное историческое место или организовать совместное посещение музея.

Привет!

Приглашаем тебя присоединиться к проекту

«Больше, чем путешествие»

Он создан для поощрения самых активных и продуктивных молодых людей со всей России. Федеральное агентство по делам молодежи, Федеральное агентство по туризму совместно с Министерством науки и высшего образования РФ, президентской платформой «Россия – страна возможностей» и Российским обществом «Знание» подготовили удивительные поездки по нашей Родине. Приглашаем тебя присоединиться к проекту «Больше, чем путешествие».

ПОДРОБНЕЕ

НАШ ПРОЕКТ – ДЕЙСТВИТЕЛЬНО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПУТЕШЕСТВИЕ

Участники сами могут выбрать тематику тура, в который они отправятся!

Это более 250 поездок по России по 12 тематическим направлениям:



- Создавай будущее
- Познай Россию
- Сохраняй природу
- Открывай новое
- Меняй мир вокруг
- Делай добро

- Расскажи о главном
- Предпринимай
- Твори
- Помни
- Будь здоров
- Защищай

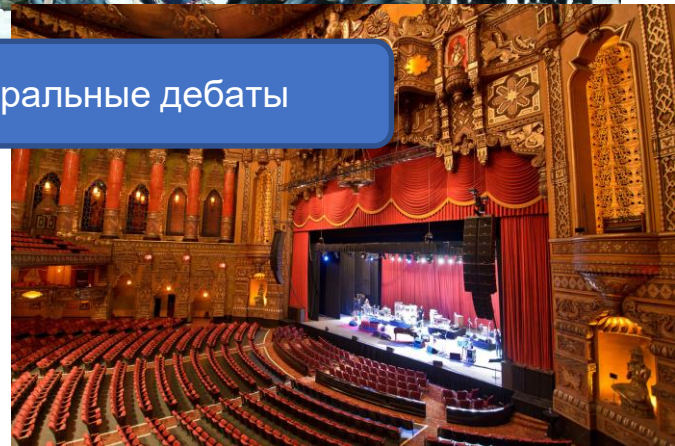
2. Экспертный семинар



3. Молодежь для молодежи



Театральные дебаты



3. Участниками для участников



4. Викторина, квиз

Экскурсии — можно выбрать интересное историческое место или организовать совместное посещение музея.



4. Викторина, квиз

Экскурсии — можно выбрать интересное историческое место или организовать совместное посещение музея.



4. Викторина, квиз

Экскурсии — можно выбрать интересное историческое место или организовать совместное посещение музея.

БУНИН - О ПОЭТАХ СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА	100	200	300	400	500
ПОЦЕЛУЙНАЯ ТЕМА	100	200	300	400	500
ЕЛЕНЬ В КИНО	100	200	300	400	500
ГЕРМАНИЯ	100	200	300	400	500
КРУГОМ ВОДА	100	200	300	400	
НА ВОЙНЕ, КАК НА ВОЙНЕ	100	200	300	400	



5. Деловая игра, квест



6. Тематические игры

Стратегические (экономические)

Квест игры

Социальные игры

Еврогеймы (европейский стиль) – игры на сбор и управление ресурсами



7. Хакатоны



8. Кейс-чемпионаты



10. Анतिकонференция.



Как составить медиаплан проекта?



Медиаплан

Медиаплан - документ, в котором содержится подробная информация о будущей рекламе.

- 1 **Медиапланирование** - процесс подбора каналов и способов рекламы для дальнейшего размещения их в медиаплан.
- 2 **Стратегическое медиапланирование** - процесс объединения всех рекламных посылов и площадок в единый механизм.
- 3 **Медиаплан** - результат двух перечисленных действий выше, в виде таблицы, в которой перечислена вся информация, связанная с Вашей рекламной деятельностью.

Медиаплан

Рекламные каналы	Дополнительная информация	Посыл	Формат	Общая стоимость рекламы, руб.	Число публикаций	Рейтинг, %	Охват, %	CPT, руб.	Частота	Бюджет, руб.
<i>Журнал "Стольник"</i>	Журнал для деловых людей Ижевска	Наши изделия прошли сертификацию	Нативная статья	40000	1	7,5	12,9	907	1,3	40000
<i>Радио "Европа Плюс"</i>	Одно из самых популярных радио в России	Экскурсия на завод	Серия интервью	7500	5	15,2	6,7	56	1,7	37500
<i>Собственная группа Вконтакте</i>	Публикация рекламных постов в группе	Бесплатная пробная партия	Промо-пост	100	4		25	56	3,5	400
<i>Газета "Деловой Ижевск"</i>	Одна из самых читаемых газет в Ижевске, тиражом 25 000 экз.	Наши изделия прошли сертификацию	Нативная статья	5000	2	7,4	8,3	560	1,4	10000
<i>Таргетированная реклама в Facebook</i>	Запуск 3-х разных рекламных постов	Экскурсия на завод	Лид-форма	3500	3		64	270	2,7	10500
<i>Группа "Кубаньжелдормаш" в Facebook</i>	Покупка 2-х рекламных постов	Экскурсия на завод	Интервью с вдальцем	4500	2		5,8	310	1,9	9000
<i>Sms-рассылка по клиентам</i>	Рассылка по собственной клиентской базе	Бесплатная пробная партия	sms	3500	1		70	45	3,3	3500
<i>Итого</i>				64100	18					110900

С чего начать?

- 1. Рекламные каналы** - название конкретных площадок, где находится Ваша **целевая аудитория**;
- 2. Формат** - вариант размещения рекламы на выбранной рекламной площадке;
- 3. Охват (reach)** - количество аудитории, которая увидит/услышит Ваше рекламное сообщение за определённый бюджет;
- 4. CPT (cost per thousand)** - стоимость контакта с 1000 человек;
- 5. Частота (frequency)** - количество контактов Вашей рекламы с человеком на протяжении всей кампании;
- 6. Стоимость** - количество денег за выбранный охват и формат рекламы;
- 7. Приоритет** - отметка о потенциале канала для своей компании.

С чего начать?

Рекламные каналы	Формат	Дополнительная информация	Охват	Частота	СРТ, руб.	Стоимость рекламы, руб.	Приоритет
<i>Журнал "Худей с нами"</i>	Разворот	Популярный журнал среди женщин 40+	56000	1	714	40000	7
<i>Контекстная реклама в Яндексе</i>	Спец. размещение	Только горячие запросы	120000	1	1500	180000	9
<i>РСЯ</i>	Графические банеры	Публикация рекламных постов в группе	450000	4	40	18000	8
<i>Газета "Поворот направо"</i>	Статья	Локальная газета	2000	1	2500	5000	3
<i>Таргетированная реклама в Facebook</i>	Лид-форма	Заявка сразу в отдел продаж	120000	1,2	1167	140000	9
<i>Группа "90-60-90" в ВК</i>	Промо-пост	Паблик с активной аудиторией	12000	1,2	833	10000	10

Этап -1 Анализ рынка



Этап-2

Целеполагание и целевая аудитория







































Этап-4 Рекламный бюджет



Биржа VK

Биржа рекламы
В контакте

Всего записей: 69

Статус	Заказчик	Тип	Охват*		CPM	Активность		Подписок		Пол	Возраст	CR	CPA	
			От	До		От	До	От	До				От	До
Все время	Помощь...													
08.02.19 17:00	 Немецкий язык	Т	3 100	8 834	95 р.	169	30	0	9			0.1%	93 р.	
08.02.19 20:00	 Всероссийский конкурс видеопоззии «Невидаль»	Т	3 100	4 679	180 р.	71	2	0	1			0.02%	840 р.	
08.02.19 23:21	 MEDIA: A TOOL OR A MIRROR	Т	3 100	3 307	254 р.	80	2	0	5			0.15%	168 р.	
10.02.19 22:00	 I MAKE	Т	3 000	3 827	220 р.	73	1	0	0			0.0%	0	
11.02.19 12:00	 СЕСТРА ТАЛАНТА конкурс короткого рассказа	Т	3 000	3 643	231 р.	80	0	0	3			0.08%	280 р.	
11.02.19 20:34	 Студенческое научное общество СПб	Т	3 100	4 778	176 р.	90	3	0	35			0.73%	24 р.	
12.02.19 22:52	 Медиафорум ScienceMedia 2019	Т	3 100	2 619	321 р.	68	0	0	3			0.11%	280 р.	
13.02.19 16:43	 English Английский язык	Т	3 100	6 832	123 р.	146	13	0	1			0.01%	840 р.	
15.02.19 20:00	 Я Думаю!	Т	3 100	6 183	136 р.	97	5	0	4			0.06%	210 р.	



Более 100 способов поиска целевой аудитории



Поиск аудитории

Все любимые сообщества, на которые подписана ваша аудитория



Аналитика

Найдёт характеристики, которыми ваши клиенты похожи во ВКонтакте



Аудитория постов

Соберет базу тех, кто лайкал, комментировал или репостил нужные посты



Комментарии

Поиск самых интересных комментариев в любом сообществе



Аудитория фотоальбомов конкурентов

Поиск клиентов из фотоальбомов конкурентов



Активная аудитория

Покажет тех, кто активно лайкает, комментирует и репостит нужную тематику



Поиск постов

Найдет посты, которые наиболее интересны нужной аудитории

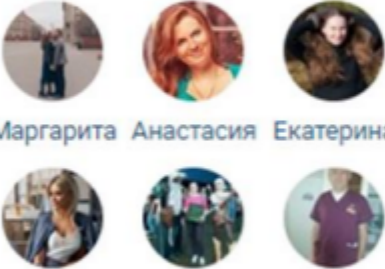


Аудитория сообществ

Соберет базу тех, кто недавно вступил к конкурентам

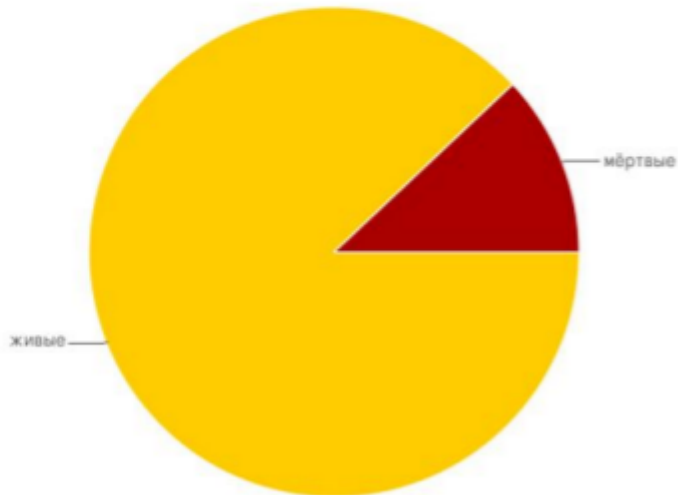
Анализ группы при выборе партнеров

Участники 187 226



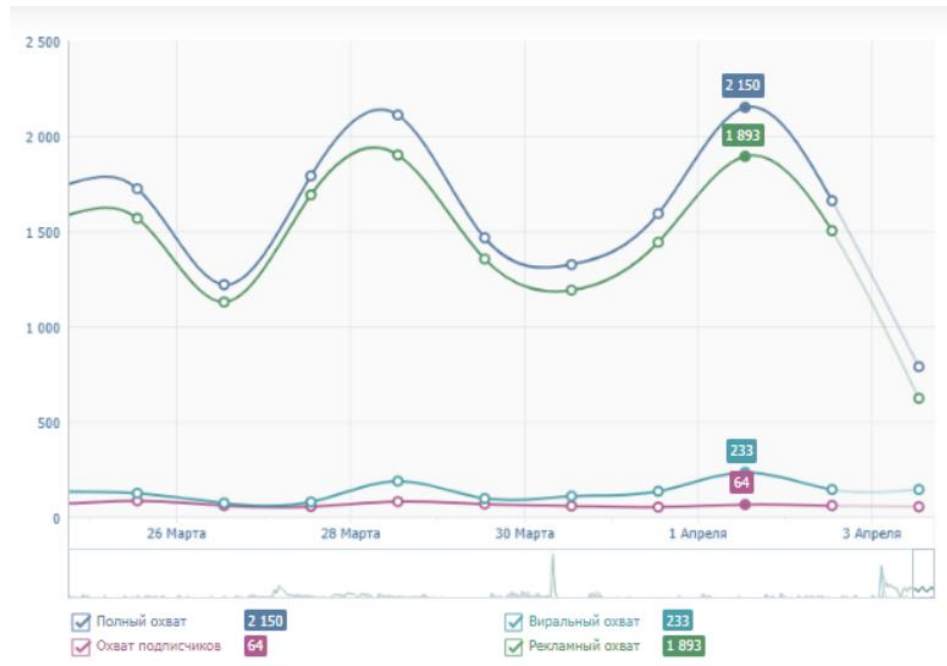
Мargarита Анастасия Екатерина
Екатерина Юлия Яков

! **Английский язык для начинающих** найдено **23038** «мёртвых» аккаунтов (в т.ч. 6860 ных), что составляет **12.3%** от общего числа участников. Вы можете экспортировать отчё и ссылок на страницы, а также сравнить этот результат с более ранним.



Метрики для оценки динамики подписчиков

1. Количество подписчиков (Followers)
2. Количество отписок (Unfollows) – Дезертир
3. Темп роста аудитории сообщества (Audience Growth Rate)
4. Количество просмотров (Views)
5. Охват (Reach)



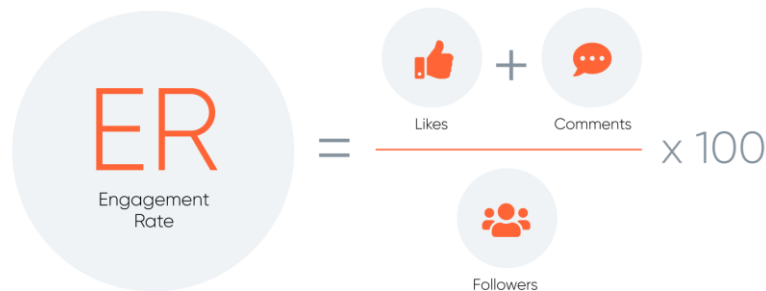
Метрики для оценки обратной связи от аудитории

- **Коэффициент вовлеченности по охвату**
(количество вовлечений / охват) * 100 %.
- **Вовлеченность в пересчете на день**
(количество вовлечений за день / число подписчиков) * 100 %.
- **Уровень вовлеченности в пересчете на пост**
(сумма вовлечений на 1 пост / количество подписчиков на дату публикации) * 100 %.
- **Коэффициент вовлеченности по просмотрам**
(число вовлечений на 1 пост / количество просмотров) * 100 %.

Коэффициент вовлеченности аудитории (Engagement Rate, ER)
(сумма всех вовлечений / количество подписчиков) * 100 %

Расчет Engagement Rate

HYPEFACTORY



1. **Трафик из социальных сетей** (Social Traffic). – UTM-метки
2. **Коэффициент кликабельности** (Click-Through Rate, CTR).
3. **Цена клика** (Cost Per Click, CPC).
4. **Количество лидов** (Leads).
5. **Стоимость одного лида** (Cost Per Lead, CPL).







$$\text{CTR} = \frac{\text{КЛИКИ}}{\text{ПОКАЗЫ}} \times 100$$

$$\text{CPC} = \frac{\text{Потраченная сумма, руб.}}{\text{Количество кликов}}$$

$$\text{CPL} = \frac{\text{Затраты на маркетинг}}{\text{Количество лидов}}$$

Анализ контента на страницах проекта

Анализ контента

Запись	Охват [?]	Перешли	Вступили	По ссылке
 ★Navigate – это Оксфордский учебник англ... 30 мая 2019 в 23:00	23551 / 7014 человек	111	14	33
 ★Российско-европейский конкурс научных... 2 июн 2019 в 8:00	14363 / 5170 человек	109	23	41
 Стажировки в США автоконцерне Tesla* Д... 3 июн 2019 в 12:00	10494 / 4687 человек	108	19	451
 Стажировка в гостиницах компании Marriot... 2 июн 2019 в 12:00	10477 / 5773 человек	75	13	246
 Помощники- волонтеры в йога-центр на Ям... 1 июн 2019 в 16:00	6917 / 5328 человек	57	4	158
 ★Стипендиальная программа The Denys Ho... 3 июн 2019 в 22:00	7172 / 4997 человек	42	4	29

Адрес страницы	Просмотры
studyeconomics.ru/portfolio/mikroek...	3022
studyeconomics.ru/portfolio/alternati...	2405
studyeconomics.ru/	1028
studyeconomics.ru/portfolio/runochn...	473
studyeconomics.ru/portfolio/mikroek...	400
studyeconomics.ru/blog/	284
studyeconomics.ru/company/	272
studyeconomics.ru/portfolio/zadachi-...	266
studyeconomics.ru/projects/	243
studyeconomics.ru/portfolio/teoria-p...	239



Google Analytics

Реклама в социальных сетях

- Таргетированная реклама
- Реклама в популярных группах
- Работа с лидерами мнений

Выбор площадки

Поиск по названию

Тематика

Выберите тематику

Цена, до

10000

Дневной охват, от

Введите дневной охват

Участников, от

Введите кол-во участников

Пол

Не имеет значения

Возраст

Выберите возраст

Охват записи, от

Введите охват записи

Сообщество 15 820

Аудитория [?]

Охват [?]

Стоимость [?]

Информация



Знаете ли Вы?
Наука и техника



4 900 000
участников

330 000 / 1 700 000
человек

7 375 руб.

Время ожидания: 2 часа



Наука и Техника
Наука и техника



4 600 000
участников

370 000 / 2 100 000
человек

8 850 руб.

Время ожидания: 6 часов



Science|Наука
Наука и техника



5 300 000
участников

270 000 / 2 000 000
человек

8 928 руб.

Время ожидания: < 1 часа



Лекторий выставки
Сальвадора Дали
dali.fabergemuseum.ru



Путешествуешь без
Английского?

Группа

Рукалицо = твой
английский? Пора уже
заговорить на нем!
Узнай как!



Классика под открытым
небом!

Мелопропятие

Этап-5

Взаимопиар и розыгрыши

КАК РАБОТАЕТ

ВЗАИМОПИАР



Как привлечь аудиторию без рекламных вложений?

Статистика записи ✕

Охват записи [7]	Обратная связь
46 394	543 87 6
5 688 / 42 163 подписчиков / виральных	Количество отметок «Нравится», репостов и комментариев.
686 переходов в группу	1 скрывание
285 вступлений в группу	0 жалоб
2 246 переходов по ссылке	5 скрываний всех записей

Гранты, Стажировки, Конкурсы, Летние Школы 2019
4 авг 2018

51 ЛУЧШАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ: ГРАНТЫ, СТИПЕНДИИ, СТАЖИРОВКИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И ТАЛАНТЛИВЫХ ТВОРЧЕСКИХ ЛЮДЕЙ!!!

1) Международная школа устойчивого развития в Кении
Дедлайн: 10 августа 2018
Подробнее: <http://www.onceinlife.org/featured-program/internati...>
Показать полностью...

543 6 87 62K

Как привлечь аудиторию без рекламных вложений?

Статистика записи

Охват записи [?]	Обратная связь
12 735	400 52 4
4 326 / 8 409 подписчиков / виральных	Количество отметок «Нравится», репостов и комментариев.
119 переходов в группу 47 вступлений в группу 207 переходов по ссылке	5 скрытий 0 жалоб 0 скрытий всех записей

Гранты, Стажировки, Конкурсы, Летние Школы 2019
5 мар в 16:58

Розыгрыш 2 билетов на PROКОСМОС: Межпланетные путешествия в Петербурге
#giveaway #розыгрыш


Гранты, Стажировки, Конкурсы, Летние Школы 2019
7 авг 2018

Розыгрыш 2 билетов на GEEK PICNIC 2018 в Спб | 18-19 августа!
#giveaway #розыгрыш


★ Уже через 2 недели в парке ЦПКиО им. С.М.Кирова пройдет восьмой научно-популярный фестиваль Geek Picnic!
Совместно с нашим партнером GEEK PICNIC мы решили разыграть 2 билета на фестиваль в Санкт-Петербурге.
Показать полностью...

270 4 60 17K


Повышение показателя Engagament Rate


 Другое Дело


Задания **Бонусы** События Избранное Мой профиль





23 290








 Фильтры

 Сбер


 ВКонтакте


 Обучение


 Здоровье и спорт


 Волонте


Обучение Показать все >




ВКонтакте
Отзыв на образовательный подкаст
+255 

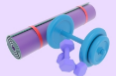



Сбер
Талисман для города
+160 





Сбер
Легендарная задача о кубе
+125 

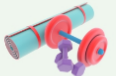
Здоровье и спорт Показать все >





SOTKA
SOTKA: базовый курс
+2 890 




Шаги ВКонтакте
Пройди 30 км за 5 дней
+315 




SOTKA
База воркаут-площадок
+120 


 Другое Дело


Задания **Бонусы** События Избранное Мой профиль





23 290








 Фильтры

 Сбер


 ВКонтакте


 Онлайн-Сервисы


 Скидки


 Обучение


Стажировки Показать все >




Electronic Mushroom
Стажировка на инженера
67 375 





Electronic Mushroom
Стажировка на звукорежиссёра
77 000 





Electronic Mushroom
Стажировка на режиссёра
96 250 


Онлайн-сервисы Показать все >



Онлайн-кинотеатр KION
2 месяца подписки KION
600 



Онлайн-кинотеатр IVI
12 месяцев подписки IVI
9 220 



НТВ-ПЛЮС
Пакет «Познавательный» от НТВ-ПЛЮС

Настройки конкурса

Статус конкурса: ОстановленЗапустить

Настройки учета активности

Какую активность учитывать?



Активность на постах



Автор/предложка

Укажите баллы за активность:

Активность на постах

За комментарии

Баллы: 1



За лайки на постах

Баллы: 1



За лайк на комментарии (владельцу комментария)

Баллы: 1



За лайки в числе первых n людей

Баллы: 0



Людей: 0



За лайки на комментариях от администрации

Баллы: 0



За лайки в числе первых n минут

Баллы: 0



Минут: 0



За репосты (Предупреждение)

Баллы: 0



Предложенные посты и Открытая стена

За предложенный/написанный пост

Баллы: 1



За лайки на постах (автору поста)

Баллы: 1



За лайки на постах администрацией (автору поста)

Баллы: 1



За комментарии на постах (автору поста)

Баллы: 1



За репосты поста (автору поста)

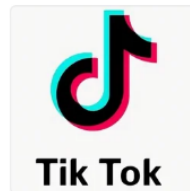
Баллы: 1



Рекламные каналы	Дата выхода публикаций															Количес
	01.июль	02.июль	03.июль	04.июль	05.июль	06.июль	07.июль	08.июль	09.июль	10.июль	11.июль	12.июль	13.июль	14.июль	15.июль	
Журнал "Стольник"				x												1
Радио "Европа Плюс"	x	x					x			x				x		5
Собственная группа Вконтакте			x			x				x			x			4
Газета "Деловой Ижевск"					x						x					2
Таргетированная реклама в Facebook				x				x				x				3
Рекламные посты в Facebook					x				x							2
Sms-рассылка по клиентам												x				1
Итого	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	0	18

Как начать кампанию по продвижению своего проекта в социальных сетях или медиа пространстве ?

- Кто целевая аудитория?
- В каких социальных сетях или других источниках строить коммуникацию?
- Что вы хотите получить от рекламной кампании?
- Сколько нужно потратить ресурсов и времени?
- Как проверить, что вы получаете ожидаемый результат?



Instagram



Этап-8 Запуск и ОПТИМИЗАЦИЯ



Графическое оформление групп/страниц проекта

162

- Название
- URL адрес группы
- Описание группы
- Обсуждения
- Настройки приватности
- Оповещения
- Витрина, меню
- Опознавательные знаки

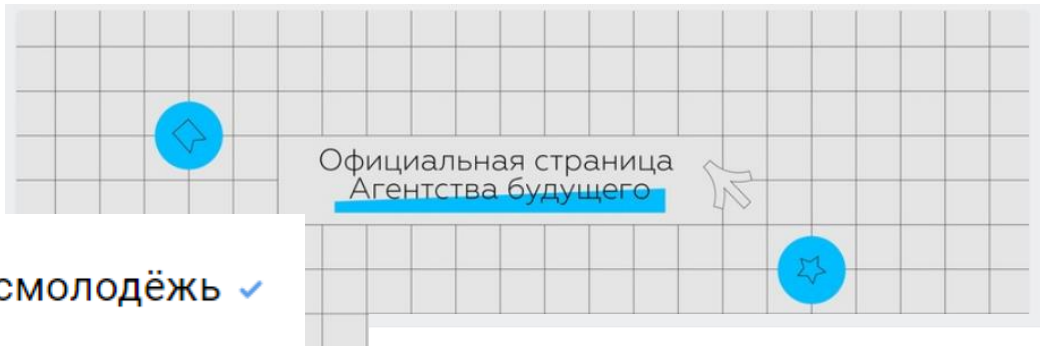


Росмолодёжь ✓

Фотоальбомы 101



Видеозаписи 647



Информация

☰ Официальная страница Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодёжь)

Наша миссия – формировать среду, которая помогает молодым людям найти свои таланты и реализовать мечты в России.

В России проживает 40 млн молодых людей в возрасте от 14 до 35 лет. Росмолодёжь организует сервисные площадки, способствующие развитию компетенций молодежи, формированию социальных лифтов через навигацию существующих и создающихся возможностей в России.

Комитет по молодежной политике
Ленинградской области

ЛАДОГА | #СтроимБудущее

До начала форума
19 дней 08 : 47

Мы в instagram
@ladogaforumszfo

Вместе с нами
Viktorya Nekrasova

Ладога
Мы в инстаграм @ladogaforumszfo

Подробнее

Вы участник

Привет, Наталья!

INSTAGRAM

ПРОГРАММА

ОТВЕТЫ НА ?

@ladogaforumszfo
Подписаться

Все о Ладоге 2019
Смотреть

FAQ
Смотреть

Мы в инстаграм @ladogaforumszfo >

Информация Форум

Приветствуем тебя в сообществе молодежного форума "Ладога".

Межрегиональный молодежный образовательный форум Северо-Западного федерального округа "Ладога" проходит в Ленинградской области с 2009 года. В этом году форум пройдет с 24 по 30 июня.

Регистрация на АИС "Молодежь России"
<https://myrosmol.ru/event/26794>

Актуальная и оперативная информация о форуме в нашем инстаграм:
<https://www.instagram.com/ladogaforumszfo/>

Об образовательной программе: <https://vk.com/@ladogaforum-obrazovatel'naya-programma>.

Организатор - комитет по молодежной политике Ленинградской области.

Приморское шоссе, 70А, Санкт-Петербург

Подробнее

Информация Форум

Межрегиональный молодежный образовательный форум Северо-Западного федерального округа «Ладога» проходит в Ленинградской области с 2009 года.

Цель форума: Содействие самореализации молодежи и повышение уровня ее компетенций и навыков, приумножая человеческий капитал в интересах экономического, гражданского и культурного развития.

Форум организован Администрацией Ленинградской области и Федеральным агентством по делам молодежи, при поддержке полномочного представителя Президента Российской Федерации в Северо-Западном федеральном округе.

За годы своей работы форум показал себя как одна из самых эффективных площадок взаимодействия молодежи, органов власти и общественных организаций. Количество участников за 10 лет выросло от 120 до 1000 человек, представителей более 60 регионов России.

2009

Фотоальбомы 11

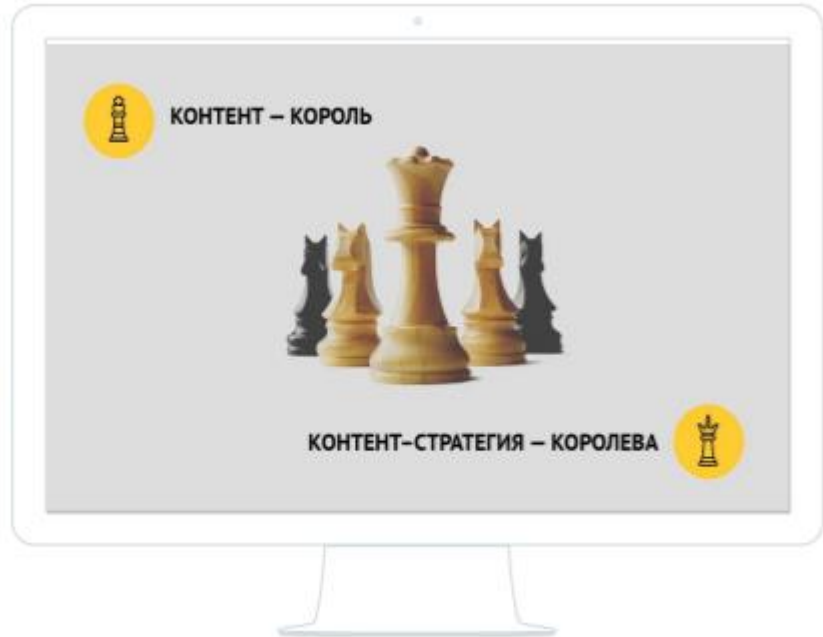
Форум "Ладога" - 2018 141

Форум "Ладога" - 2016 523

Всего альбомов 50

Создание контент – стратегии.

- Что мы хотим сказать своей аудитории?
- Как часто мы будем говорить об этом?
- Какой формат и стилистику контента мы будем использовать?
- Что делать, если контента не хватает?



- Пользу – новые знания (как обработать фото, настроить рекламу, выучить иностранный язык)
- Пользу в виде новых находок (книги, курсы, фильмы, заведения)
- Эмоции
- **Edutainment = Education +entertainment**
- Пример личностного роста
- Мысли для размышления
- Ищут новых друзей/тематические проекты
- Увлечения/Новые возможности



Пример контент – плана (Проект по финансовой грамотности – старт проекта)

166

Рубрика (тема)	Дата	Тема материала:
Мероприятия проекта	Вторник – 3 августа – 09.00	Деловая игра по Экономике
Образовательный материал по финансовой грамотности	Четверг – 5 августа – 19.00	Видеолекция проекта
Edutainment	Суббота - 7 августа – 11.00	Подборка настольных игр по финансовой грамотности



Экономика доступным языком
19 ноя 2019

11 лучших настольных экономических стратегий



Монополия
Начинаем топ экономических игр с нестареющей классики. Самая популярная в мире настольная игра Монополия учит азам большого бизнеса и даёт возможность хотя бы ненадолго почувствовать себя настоящим олигархом. На игровом поле есть даже тюрьма, ведь какой может быть олигарх без судимости... Или сможете избежать?
[Показать полностью...](#)



92

3.5K



Экономика доступным языком
24 окт в 16:10

Команда победителей еще одной экономико-финансовой деловой игры среди средних классов!

Ребята получили грамоты и настольные игры в подарок! 🎁

✓ Кириченко Никита
[Показать полностью...](#)









8

252

Анализ контента на страницах проекта

Анализ контента

Запись	Охват [?]	Перешли	Вступили	По ссылке
 ★Navigate – это Оксфордский учебник англ... 30 мая 2019 в 23:00	23551 / 7014 человек	111	14	33
 ★Российско-европейский конкурс научных... 2 июн 2019 в 8:00	14363 / 5170 человек	109	23	41
 Стажировки в США автоконцерне Tesla* Д... 3 июн 2019 в 12:00	10494 / 4687 человек	108	19	451
 Стажировка в гостиницах компании Marriot... 2 июн 2019 в 12:00	10477 / 5773 человек	75	13	246
 Помощники- волонтеры в йога-центр на Ям... 1 июн 2019 в 16:00	6917 / 5328 человек	57	4	158
 ★Стипендиальная программа The Denys Ho... 3 июн 2019 в 22:00	7172 / 4997 человек	42	4	29

Адрес страницы	Просмотры
studyeconomics.ru/portfolio/mikroek...	3022
studyeconomics.ru/portfolio/alternati...	2405
studyeconomics.ru/	1028
studyeconomics.ru/portfolio/runochn...	473
studyeconomics.ru/portfolio/mikroek...	400
studyeconomics.ru/blog/	284
studyeconomics.ru/company/	272
studyeconomics.ru/portfolio/zadachi-...	266
studyeconomics.ru/projects/	243
studyeconomics.ru/portfolio/teoria-p...	239



Google Analytics



Наталья Гросс

- Директор АНО центр развития человеческого капитала «Созидание»
- Руководитель всероссийского проекта Экономика доступным языком

Основатель проектов

Eduaid

Studyeconomics

Контакты:

VK:

<https://vk.com/id32185390>

mail:

nvgross0605@yandex.ru

По всем вопросам



Спасибо!

Если есть вопросы
можете писать мне в
мессенджеры

vk.com/id32185390

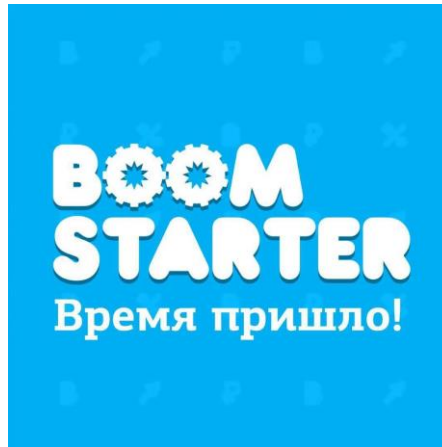


Какие еще грантовые конкурсы и виды поддержки НКО вы знаете?



Краудфандинг

Краудфáндинг (народное финансирование, от англ. crowd funding, crowd — «толпа», funding — «финансирование») — это сбор денежных средств на реализацию какой-либо цели или проекта



ГРАНТЫ ФЕДЕРАЛЬНЫХ МИНИСТЕРСТВ



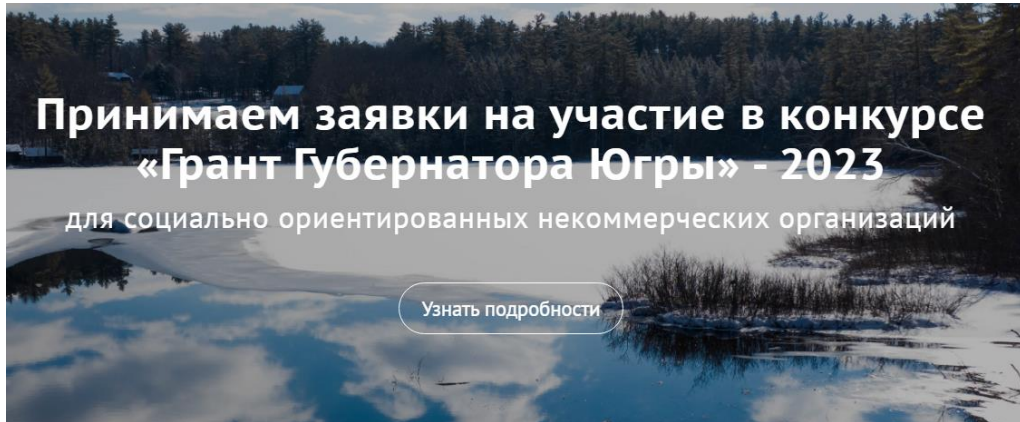
РОСТУРИЗМ

Информация как правило размещается в разделах **Деятельность - Программы, Департаменты - Программы.**

Субсидии раздают в рамках федеральных программ, чаще подходят для крупных НКО

РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНКУРСЫ

На сайтах министерств области, республик, края.
Ресурсные центры НКО, волонтерские центры.



Жители Югры получат более 300 миллионов рублей на реализацию грантовых проектов в 2023 году



С 1 МАРТА СТАРТУЕТ
КОНКУРС НА ГРАНТ
ГУБЕРНАТОРА ЮГРЫ
ДЛЯ СО НКО

МЕСТНЫЕ ГРАНТЫ

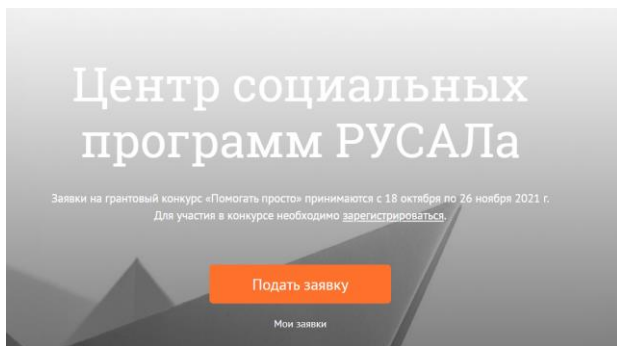
Муниципальные гранты- как правило периодическое явление. Они малобюджетны, 30-100 тысяч, но могут стать ощутимой поддержкой волонтерских инициатив. Информация о них публикуется на сайте города, района.

В Сургутском районе стартовал конкурс молодежных проектов «Территория активных»



КРУПНЫЕ КОМПАНИИ

РУСАЛ , СИБУР , ОМК, НОРНИКЕЛЬ, ОМК - как правило имеют точечную географию проведения конкурсов, но вместе покрывают большое количество регионов и городов.



Направления



Культура

Уровень культуры – это уровень качества жизни в конкретном городе. Возможности культурного досуга и развития – походы в театры, на выставки, даже просто прогулки в красиво обустроенном парке – являются значимыми для формирования комфортной, дружелюбной и безопасной городской среды.

[подробнее →](#)



Волонтерство

Главная задача программы «Формула хороших дел» – это объединение компании, ее сотрудников и жителей наших городов вокруг общечеловеческих ценностей и вовлечение их в совместные социально значимые проекты, в том числе на волонтерских началах.

[подробнее →](#)



Образование и наука

Системный подход к развитию естественно-научного и технического образования, включая развитие интеллектуальной образовательной инфраструктуры, внедрение передовых образовательных методик, стимулирование интереса и мотивации школьников к изучению естественных и точных дисциплин.

[подробнее →](#)



Охрана окружающей среды

Программа ФХД расширяет возможности Компании по защите окружающей среды в регионах присутствия, в том числе за счет объединения усилий представителей природоохранных организаций, НКО и экологов.

[подробнее →](#)



Спорт

СИБУР обеспечивает комплексный подход к поддержке спорта и здорового образа жизни в регионах деятельности компании: от реконструкции спортивных сооружений и развития тренерского корпуса до проведения сезонных фестивалей спорта с участием звезд мирового и российского масштаба.

[подробнее →](#)



Город

Компания стремится к сбалансированному развитию всех ключевых сфер городской жизни в партнерстве с органами государственной власти, значимыми общественными организациями и объединениями, учреждениями социальной сферы и культурными институтами.

[подробнее →](#)

Предприятия местного значения

Нужная информация размещена в разделах «деятельность» и «корпоративная (вариант - социальная) ответственность».



Частные фонды

Тимченко, САФ-Россия, Прохорова, Дерипаска, Прохорова, Потанина, Рыбакова, Смирнова и т.д..

Как правило у каждого фонда имеются приоритетные направления финансирования. При фондах действуют обучающие программы и курсы, прохождение которых часто является обязательным условием для участия в конкурсе.



«Спорт для всех» – конкурс, направленный на выявление и поддержку любительских спортивных проектных инициатив, способствующих вовлечению граждан в решение социальных задач. Целью конкурса является формирование сообщества инициативных организаций, использующих спортивные социальные практики для повышения качества жизни людей, а также расширение форматов сотрудничества местных сообществ с некоммерческими организациями. Конкурс был запущен в 2021 году в рамках новой благотворительной программы фонда «Сила спорта».

ПФКИ и Фонд президентских грантов



**ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ
ИНИЦИАТИВ**

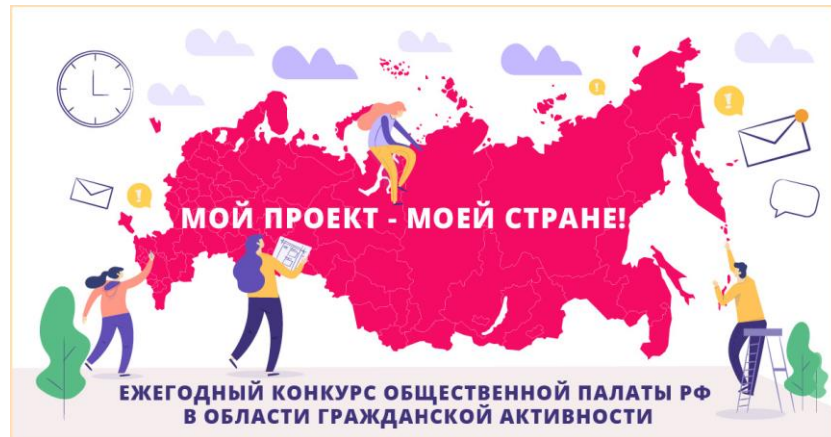


ФАДМ и Таврида



Общественная палата РФ и РСВ

РОССИЯ -
СТРАНА
ВОЗМОЖНОСТЕЙ



Социальное предпринимательство

Суть социального предпринимательства и основное его отличие от бизнеса, заключается в его направленности — если бизнес направлен на получение прибыли с последующим распределением ее между менеджментом, акционерами, то главной задачей социального предпринимательства является выполнение миссии, которая полезна обществу



Участвовали ли вы в грантовых конкурсах, поделитесь своим опытом?

