

Методическое пособие

по социальному
проектированию
в рамках проекта
«Добрая воля,
здоровое
сердце, чистая
страна»



Содержание

Введение.....	3
Первый шаг в создании социального проекта.....	4
Жизненный цикл проекта.....	9
Как оценить риски и возможности проекта?	17
Представление и защита проекта.....	20
Список литературы.....	24

Введение

Данное методическое пособие создано в рамках проекта «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна» с целью обучения молодежи основам создания социальных и волонтерских проектов.

Волонтерский проект «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна!» направлен на популяризацию среди молодежи здорового образа жизни, формирование экологической культуры, воспитание таких общечеловеческих ценностей, как нравственность, милосердие, дружелюбие, патриотизм, толерантность, чувство красоты и гармонии через создание и реализацию социально значимых инициатив. Цель проекта – создание условий для развития инфраструктуры волонтерства в сфере ЗОЖ и оказание содействия в развитии молодежных проектов, направленных на продвижение здорового образа жизни для населения Тверской области.

Пособие разработано по итогам проведения Регионального конкурса «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна» и включает рекомендации, которые были даны участникам конкурса при разработке проектов, а также разбор некоторых ошибок, которые были выявлены при анализе конкурсных работ.

Пособие поможет тем, кто только начинает разрабатывать социальные и волонтерские проекты. Пособие было апробировано в рамках проведения обучающего курса по социальному проектированию в рамках проекта «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна», материалы из пособия использовались при проведении Регионального кейс-чемпионата «ОсоЗнание».

Первый шаг в создании социального проекта

В первую очередь, следует определиться с тем, что такое «проект» и «социальный проект»:

Проект – это алгоритм действий с заранее известным результатом. Т.е., когда вы садитесь за разработку любого проекта, то уже должны представлять, какого результата хотите добиться.

В качестве примера возьмем ремонт дороги – конечным результатом здесь будет отремонтированная дорога. Если результат достигнут – проект успешен. Если нет – проект провален.

Любое ли действие с известным результатом будет проектом? Нет. Приготовление чая также является алгоритмом действий с заранее известным результатом, однако это не проект.

Одним из отличий проекта от остальных действий является масштабность и длительностью.

Проект всегда ограничен временем, территорией, командой и бюджетом.

Социальный проект – алгоритм действий, направленных на социальные изменения, с *запланированным* результатом.

В качестве примера возьмем Всероссийскую акцию «10 000 шагов к жизни» – здесь в качестве запланированного результата может быть количество участников (150 000 человек) и количество городов, где была проведена акция (68 городов). Но остается вопрос: каковы социальные изменения от данного проекта? Здесь мы указываем, что акция направлена на пропаганду здорового образа жизни, что участники теперь будут внимательнее относиться к своему здоровью, увеличат двигательную активность и т.д.

Иными словами, социальный проект – это комплекс действий и мероприятий, направленный на достижение цели, выполнение задач и получение заранее запланированных результатов для решения актуальной социальной проблемы.

Перейдем к пошаговой разработке социального проекта.

Возьмем за основу следующий алгоритм из пяти шагов. Сразу оговорим, что предложенный алгоритм не является единственно верным. В зависимости

от масштаба, направленности и опыта команды проекта, применяются разные алгоритмы.

Шаг 1. Определяем проблему, актуальность, стратегическую цель, идею проекта, целевую аудиторию.

Шаг 2. Формулируем цели и задачи проекта, определяем необходимые ресурсы, собираем команду

Шаг 3. Прописываем календарный план, бюджет, привлекаем партнеров проекта

Шаг 4. Реализация проекта

Шаг 5. Подведение итогов проекта

Внимание! Данные шаги не являются этапами самого проекта. Они охватывают только саму работу над проектом.

Остановимся подробнее на шаге 1.

Здесь мы, первым делом, находим проблему, которую хотели бы решить. Лучше всего брать проблему, которая касается и вас лично, поскольку это облегчит процесс формулирования проблемы и идеи проекта на первом этапе. Если вы берете проблему организации раздельного сбора отходов в регионе, но сами ничего об этом не знаете и не заинтересованы, то разработка проекта будет затруднена, к тому же, работать над этим проектом будет просто не интересно.

Проблема – это сложный вопрос, требующий разрешения; несоответствие реального положения вещей желаемому и идеальному.

Социальная проблема – сложный глобальный вопрос, касающийся большого количества человек, требующий разрешения путем социальных изменений

После определения проблемы, в которой мы хотим работать, формулируем стратегическую цель проекта.

Стратегическая цель в общем – это ориентиры, которые позволяют определять приоритетные направления развития и строить долгосрочные планы.

Когда мы говорим о **стратегической цели социального проекта**, то понимаем под этим глобальную цель, которая предполагает полное решение социальной проблемы.

Стратегическая цель не прописывается, как правило в паспорте проекта. Она необходима для понимания, какую пользу может принести социальный проект. В отличие от цели проекта, стратегическая цель не предполагает реального достижения за время проекта.

В качестве примера снова берем Всероссийскую акцию «10 000 шагов к жизни». Стратегическая цель данного проекта заключается в том, что **все** граждане Российской Федерации начнут вести здоровый образ жизни, ежедневно будут проходить не менее 10 000 шагов, улучшат свое здоровье, а продолжительность жизни увеличится. Можно ли достичь этого? В теории можно, но на это потребуется достаточно долгое время, а также множество мероприятий, помимо самой акции, которая проводится два раза в год.

Таким образом, стратегическая цель – это то, к чему мы будем стремиться в глобальном смысле. Она может лежать в основе будущих проектов, когда тот, над которым мы начали работу, закончится.

Далее мы подтверждаем **актуальность проблемы**, которую хотим решить. Для этого мы проверяем статистические данные, проводим опрос населения.

Актуальность проблемы – это востребованность решения данной проблемы в обществе.

Прежде, чем формулировать идею проекта, а также прописывать цели и задачи, необходимо проверить, действительно ли проблема, которую мы выбрали для проекта, существует.

Для этого следует ответить на следующие вопросы:

- **Что я думаю об этом? Что я знаю об этом? Почему я считаю это важным?**
- **Какова реальная ситуация?** Проводим анализ ситуации, выявление противоречий – подтверждаем наличие проблемы (либо опровергаем);
- **Какие действия необходимы сейчас?** Определяем, в каком направлении следует работать;
- **Насколько это значимо?**
- **Как мой проект может изменить ситуацию?**

Когда определены проблема и стратегическая цель, подтверждена актуальность проблемы, мы прописываем **идею проекта**.

Здесь необходимо дать четкие ответы на следующие вопросы:

- **В чем заключается суть проекта?** Направленность, основные мероприятия, масштаб и т.д.;
- **В чем заключается новизна проекта?** Определяем отличия нашего проекта от других, направленных на решение той же проблемы, главные «фишки» проекта;
- **На кого направлен проект?** Определяем целевую аудиторию.

Целевая аудитория (ЦА) – группа людей, у которых есть потребность в конкретном проекте. Членов такой группы объединяют по возрасту, полу, месту проживания, профессии, личным предпочтениям и другим признакам.

Когда мы определили ЦА, необходимо подтвердить **актуальность проекта** для данной группы.

Актуальность проекта – это степень его важности в данный момент и в данной ситуации для решения определенной проблемы, задачи или вопроса

Подтвердить актуальность проекта для ЦА можно через:

- Опросники;
- Статистику;
- Анализ прошлого опыта;
- Анализ зарубежного опыта

Для подтверждения актуальности проекта для ЦА следует ответить на следующие вопросы:

- **В чем проблема ЦА?** Почему данная ситуация не устраивает представителей ЦА?
- **Почему представители ЦА не могут самостоятельно справиться с ситуацией?**
- **Почему мой проект будет ЦА интересен и полезен?**
- **Как изменится жизнь представителей ЦА, после моего проекта?**

В качестве примера возьмем проект «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна». Целевой аудиторией проекта являются студенты и школьники Твери и Тверской области.

В чем проблема данной ЦА? В условиях развития современного общества молодежь практически постоянно находится в стрессовом состоянии из-за предстоящих экзаменов, страха перед будущим, неуверенности в себе, конфликтов с окружением и т.д. Также из-за нехватки времени и денежных средств некоторые молодые люди считают, что не могут вести здоровый образ

жизни. Еще одной проблемой является, что в молодом возрасте люди часто не задумываются о своем здоровье.

Почему представители ЦА не могут самостоятельно справиться с ситуацией? Хотя тема здорового образа жизни в настоящее время популярна, многие склонны пренебрегать данной темой. Из-за обилия информации о ЗОЖ представителям ЦА тяжело найти то, что подходит именно им

Почему проект «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна» будет ЦА интересен и полезен? Участвуя в мероприятиях в рамках проекта представители ЦА смогут узнать о различных способах ведения здорового образа жизни, получат рекомендации различных специалистов, получить психологическую разгрузку, повысить стрессоустойчивость, расширить кругозор и даже самостоятельно разработать авторский проект и получить поддержку в его реализации.

Как изменится жизнь представителей ЦА, после проекта? Представители ЦА повысят уровень информированности о здоровом образе жизни, смогут найти вариант, который подходит именно им, и начать вести здоровый образ жизни, станут более ответственно относиться к своему здоровью.

Для наиболее успешной работы с ЦА важно развивать такой навык как клиентоориентированность.

Клиентоориентированность – умение вовремя определить потребности и желания клиентов, чтобы удовлетворить их с максимальной пользой.

Клиентоориентированность относится к **Soft Skills** (гибкие навыки/мягкие навыки).

Soft Skills – это комплекс умений общего характера, тесно связанных с личностными качествами; так или иначе важных во всякой профессии. К ним относятся навыки критического мышления, решения задач, публичного выступления, делового общения, работы в команде, цифрового общения, организации деятельности, на которые также влияют уровень лидерских качеств, знания трудовой этики, дисциплины, чувство ответственности и т.д.

Только после того, как все пункты шага 1 были выполнены, можно переходить к следующему шагу в социальном проектировании.

Жизненный цикл проекта

После того, как первый шаг был выполнен, можно переходить к следующему. Шаги со второго по пятый можно назвать «Жизненным циклом проекта».

Жизненный цикл проекта – это последовательно сменяющиеся друг друга этапы, в ходе которых совершаются определённые действия, преобразующие идею в итоговый конкретный результат.

Жизненный цикл проекта включает следующие пункты:

1. Постановка цели и задач, ожидаемых результатов;
2. Планирование проекта, выбор способов реализации (решение о том, как именно проект будет реализовываться);
3. Реализация проекта;
4. Проверка соответствия полученных результатов ожидаемым;
5. Завершение проекта и определение его дальнейшей «судьбы» (решаем, будем ли продолжать работу по реализации проекта, будем ли вносить изменения, включать новые направления либо подводим итоги и к проекту более не возвращаемся)

В начале жизненного цикла проекта идет набор команды проекта.

Команда проекта – это группа специалистов, которых объединяет работа по определению цели и задач конкретного проекта и их достижению. В зависимости от масштаба, сложности проекта и задач в команду входит разное количество людей. Как правило, от 6 до 10 человек.

За каждым членом команды закреплены конкретная роль и обязанности.

Распределение ролей в команде – основа, с которой нужно начинать формирование любой рабочей группы. Важно, чтобы член команды мог соответствовать той роли, которую он выполняет, как владение необходимыми **Hard Skills** («жесткие навыки») и **Soft Skills** («мягкие навыки»), так и желанием данную роль выполнять, а также необходимым опытом работы.

Что такое **Soft Skills**, мы разобрали выше.

Hard Skills – это умения, которые можно проверить и измерить, необходимые для выполнения конкретной работы.

Например, умение общаться с людьми, клиентоориентированность, умение работать в команде, лидерские навыки относятся к **Soft Skills**; умение рисовать, программировать, владение иностранным языком, умение водить автомобиль – к **Hard Skills**.

Разберем основные роли в команде.

Руководитель проекта – главное лицо, ответственное за успех проекта.

В функции руководителя проекта входят:

- Планирование проекта;
- Распределение ролей и задач;
- Мониторинг работы над проектом (проверяет выполнение работы на каждом этапе);
- Сохранение командного духа;
- Медиация в случае возникновения конфликтов между членами команды;
- Представление проекта;
- Общение с заказчиком, партнерами и спонсорами;
- И т.д.

Роли остальных членов команды зависят от самого проекта.

Например, в проекте «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна» следующие роли:

Руководитель проекта – осуществляет мониторинг, взаимодействует с партнерами, ищет средства на реализацию, привлекает специалистов, составляет договоры и т.д.;

Координатор проекта и волонтеров – отвечает за планирование проекта, реализацию мероприятий в рамках проекта, привлечение и подготовку волонтеров, работу волонтеров на мероприятиях в рамках проекта и т.д., готовит отчеты;

Ведущие обучающих программ – проводят обучающие занятия и тренинги для представителей ЦА.

Медиаволонтеры проекта – освещают мероприятия проекта в социальных сетях, готовят фото и видеоматериалы по итогам мероприятий.

Важную роль играет также **заказчик проекта** – сторона, которая заинтересована в том, чтобы проект был реализован. В социальных проектах, по большей части, в роли заказчика выступает общество либо государство (социальный заказ), но бывает, что и конкретная организация. Например, заказчиком проекта «Волонтеры успеха» является сам Центр развития молодежных волонтерских программ ТвГУ. Желание заказчика здесь заключается в том, чтобы было больше подготовленных волонтеров, готовых работать в рамках проекта Центра.

Заказчиком проекта «Музей Волонтерства на базе ТвГУ» является Пятигорский государственный университет. Желание заказчика заключается в создании студенческих музеев по всей стране и реализации Федерального проекта «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации».

Заказчик может стать партнером, спонсором проекта, войти в команду в команду проекта либо стать целевой аудиторией проекта, а может не касаться проекта напрямую.

Важно также понимать, какая иерархия/структура будет соблюдаться в период работы над проектом: вертикальная или горизонтальная.

Вертикальная – это структура, когда внутри команды есть четко обозначенный «центр» (руководитель проекта), а другие члены команды подчиняются «центру». Руководитель в данном случае является главным либо единственным автором проекта, имеет наибольшее число обязанностей и несет полную ответственность за успешную реализацию проекта.

Горизонтальная – это структура, когда «центр» смещен либо отсутствует в принципе. Обязанности внутри команды распределены поровну, все несут равную ответственность за успех проекта. Руководитель проекта в такой команде либо имеет конкретные задачи и не вмешивается в работу остальной команды, либо работает с командой и является руководителем чисто номинально, чтобы представлять проект.

Иерархия определяется в зависимости от количества членов в команде, их функций и компетенций, масштаба проекта и т.д. На примере двух организаций приведем примеры: в Центре развития молодежных волонтерских программ ТвГУ иерархия *вертикальная* (Рисунок 1). Руководитель (директор) определяет всю работу команды и отвечает за успешную работу по реализации проектов Центра; координаторы (психолог и специалист по работе с молодежью) являются исполнителями проектов, готовят остальных членов команды и несут ответственность ТОЛЬКО перед руководителем; волонтеры, которые работают в офисе, являются помощниками координаторов, волонтеры актива представляют Центр на мероприятиях и работают на большей части мероприятий Центра, задействованы в большинстве проектов, помогают в привлечении и подготовке волонтеров, остальные волонтеры работают на конкретных мероприятиях.

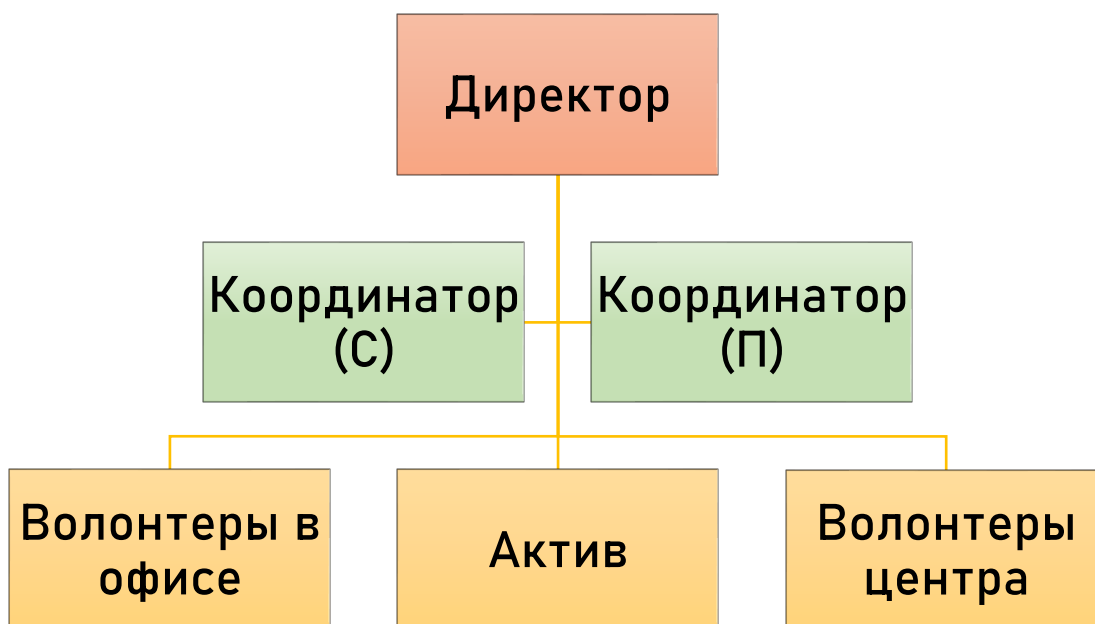


Рисунок 1. Иерархия Центра развития молодежных волонтерских программ ТвГУ

В АНО «Зеленая Тверь» иерархия *горизонтальная* (Рисунок 2). Здесь два руководителя (директор и председатель совета), которые являются также учредителями организации. Обязанности здесь общие, ответственность – тоже.



Рисунок 2. Иерархия АНО «Зеленая Тверь»

В зависимости от иерархии внутри команды, формировать команду можно до того, как будут сформулированы **цели и задачи проекта** (горизонтальная), а можно и после (вертикальная).

Цель проекта – это точное и конкретное описание общего набора результатов, которых команда стремится достичь по итогам проекта, а также решение реально существующей проблемы.

Задачи проекта – это микро-цели по достижению конкретных результатов (количественных или качественных).

Цель *всегда* шире задач. Задачи *всегда* внутри цели. Если в описании проекта целью будет заявлено проведение 50 занятий по подготовке волонтеров, а одной из задач – создание нового волонтерского движения, то такой проект сформулирован неверно и будет отклонен партнерами, комиссией и т.д.

Цель и задачи проекта должны быть реально достижимы, измеримы, конкретны.

Ожидаемые результаты проекта – это показатели, которые планируется достичь в рамках проекта, в соответствии с целью и задачами; реальные социальные изменения, которые произойдут по итогам проекта.

Полученные по итогам проекта результаты могут отличаться от ожидаемых. Они могут быть не достигнуты вообще, могут быть меньше, а могут и превысить заявленные.

Количественные показатели – результаты, которые можно измерить в цифрах. Сюда входят: количество мероприятий в рамках проекта, количество благополучателей, количество волонтеров и т.д.

Качественные показатели – результаты, которые отражают позитивные изменения, произошедшие по итогам реализации проекта. Здесь мы указываем: какие изменения произойдут с благополучателями, как решается проблема, какой вклад проект в общество и т.д.

Все показатели – и количественные, и качественные – должны быть измеримы. Если результат нельзя измерить – это не результат.

После того, как мы прописали цель, задачи и ожидаемые результаты, переходим к определению этапов проекта.

Этапы проекта должны совпадать с задачами: по числу, по результатам, по смыслу.

Например, если мы указали как одну из **задач** «собрать и подготовить методические материалы для проведения занятий в рамках проекта», то **этапом** будет – «сбор и подготовка методических материалов для проведения занятий в рамках проекта».

На каждый этап мы выделяем конкретный временной период – 1 месяц, 3 месяца и т.д. Например, «сбор и подготовка методических материалов для проведения занятий в рамках проекта» – с 1 по 28 февраля 2023 года. А также на каждом этапе указываем необходимые ресурсы для реализации проекта.

Ресурсы делятся на:

Финансовые – т.е., те денежные средства, которые необходимы для реализации проекта, а также источники, через которые мы эти средства получаем;

Материальные – ресурсы, которые понадобятся для проведения мероприятий в рамках проекта;

Кадровые – специалисты, которые привлекаются для реализации проекта;

Информационные – источники, через которые мы продвигаем проект;

Методические – ресурсы, необходимые для проведения занятий в рамках проекта.

Часто информационные и методические ресурсы объединяют в одну категорию.

В пример приведем проект «Волонтеры финансового просвещения». **Финансовым ресурсом** здесь является полученный грант в размере 499 611,00 руб. **Материальные ресурсы:** расходники (ручки, картриджи, бумага и т.д.), форма волонтеров (футболки), пакет участника Форума (папки, ручки с логотипом, календари, значки, блокноты с логотипом), помещения для мероприятий (Точка кипения ТвГУ, РМИ), компьютеры для проведения онлайн-занятий и т.д. **Кадровые ресурсы:** специалисты банковского сектора, обученные волонтеры, сотрудники Центра, ответственные за проект, бухгалтер проекта. **Информационные ресурсы:** СМИ, сайт проекта, группа ВКонтакте, ресурсы ТвГУ. **Методические ресурсы:** материалы, полученные от Центробанка.

Для отражения этапов проекта мы составляем календарный план проекта (переходим к Шагу 3).

Календарный план проекта – это полный перечень работ, которые нужно выполнить в рамках проекта со сроками по каждому этапу и ожидаемыми качественными и количественными показателями (Таблица 1).

Таблица 1. Пример календарного плана проекта

Наименование мероприятия/этапа/задачи	Срок	Качественные показатели	Количественные показатели
---------------------------------------	------	-------------------------	---------------------------

Сбор и подготовка методических материалов проекта	01.02.23-28.02.23	Составлена программа подготовки волонтеров; Составлена просветительская программа для представителей ЦА	Подготовлено 2 пособия в рамках проекта
Привлечение и подготовка волонтеров проекта	01.03.23-31.05.23	Развитие волонтерства в Тверской области; Повышение уровня различных компетенций в сфере цифровой и финансовой грамотности, осуществления коммуникации с людьми разного возраста, командной работы и т.д. среди студентов-волонтеров	100 волонтеров проекта; 3 волонтерских отряда в Тверской области
Проведение просветительских занятий для школьников с 9 по 11 класс	01.04.23-30.11.23	Повышение уровня цифровой и финансовой грамотности школьников с 9 по 11 класс; Сокращение числа жертв финансовых мошенников среди несовершеннолетних	70 просветительских занятий; 300 благополучателей
Проведение просветительских занятий для студентов вузов и ссузов	01.04.23-30.11.23	Повышение уровня цифровой и финансовой грамотности студентов; Сокращение числа жертв финансовых мошенников среди студентов	70 просветительских занятий; 300 благополучателей
Проведение просветительских занятий для людей серебряного возраста	01.04.23-30.11.23	Повышение уровня цифровой и финансовой грамотности людей серебряного возраста; Сокращение числа жертв финансовых мошенников среди людей серебряного возраста	70 просветительских занятий; 300 благополучателей

Создание сайта проекта	01.06.23-30.06.23	Создана платформа для онлайн-консультирования в рамках проекта и информационного освящения ситуации в Тверском регионе	1 сайт проекта
Работа на онлайн-платформе проекта	01.07.23-31.12.23	Информационное освящение ситуации в Тверском регионе; Просветительская деятельность на онлайн-платформе; Онлайн-консультации	100 информационных постов; 100 просветительских постов; 50 онлайн-консультаций
Проведение Регионального Форума по итогам проекта	30.11.23	Презентация лучших практик в рамках проекта; Награждение волонтеров проекта; Обозначение плана дальнейшей работы; Популяризация волонтерства в Тверском регионе	150 участников форума; 5 площадок форума
Подведение итогов	01.12.23-25.12.23	Составление отчета с указанием достигнутых результатов Составление плана работы по дальнейшей реализации проекта	

Необходимые ресурсы и затраты на них прописываются в бюджете проекта.

Бюджет проекта – это общая денежная сумма, которая уходит на выполнения задач, мероприятий проекта, а также всех позиций, которые необходимы для реализации проекта. Прописывается как отдельный документ и утверждается руководителем проекта, руководителем организации, партнерами, грантодателями и т.д. В бюджете прописываются: категория расходов, позиции по каждой категории, общая сумма, обоснование суммы, сумма, которую вы запрашиваете, сумма финансирования.

Как оценить риски и возможности проекта?

После того, как мы прописали цель, задачи, ожидаемые результаты, этапы проекта, составили календарный план и бюджет, следует оценить риски. Наиболее удачным вариантом является SWOT-анализ.

SWOT-анализ – это метод комплексной оценки факторов, напрямую и косвенно влияющих на успех реализации проекта.

Включает:

- Strengths – сильные стороны проекта (1)
- Weakness – слабые стороны проекта (2)
- Threats – риски (3)
- Opportunities – возможности (4)

В качестве примера составим SWOT-анализ экологического проекта «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна» (Рисунок 3).

сильные стороны	слабые стороны
1.Тема ЗОЖ сейчас популярна; 2.Опытная команда проекта; 3.Проект учитывает современные тренды ЗОЖ; 4.Актуальная проблема; 5.Большой опыт организации мероприятий в сфере ЗОЖ; 6.Есть помещение и необходимое оборудование; 7.Есть методическая база и информационные ресурсы; 8. Есть партнеры проекта; 9. Есть финансирование (грант)	1.Скептическое отношение к ЗОЖ у представителей ЦА; 2.Ограничение по времени
возможности	риски
1. Проект может продолжаться по завершению гранта; 2.Проект может выйти на всероссийский уровень; 3.Наработки проекта можно применять в других проектах организации; 4. Проект обучает волонтеров, что означает вовлечение в волонтерство большего количества людей; 5. Волонтерами проекта являются студенты школьники, которые могут найти подход к представителям ЦА	1. Проект может не вызвать интереса ЦА

Рисунок 3. SWOT-анализ проекта #GreenEducation

Когда мы оценили все риски и возможности, можем начинать привлекать партнеров проекта.

Партнер проекта – это физическое или юридическое лицо, которое может оказать финансовую, материальную, информационную, организационную, методическую и т.д. поддержку в реализации проекта и заинтересовано в этом.

Как правило, когда мы говорим о социальном проекте, то имеем в виду именно юридические лица в качестве партнеров, но в широком смысле партнерами являются также и волонтеры проекта.

Финансовая поддержка – средства выделяются на какое-либо мероприятие в рамках проекта команде проекта, которая после предоставляет отчет. Либо партнер сам закупает все необходимое.

Например, когда проходил I Экологический фестиваль «МыВместе за экологию» в 2021 году, один из партнеров выделил средства на закупку расходных материалов.

Материальная поддержка – партнер предоставляет/дает во временное пользование то, что необходимо для проекта, и то, что имеет сам.

Например, в РМИ предоставили для проведения XII Межрегионального Фестиваля молодежных волонтерских инициатив помещения, столы, стулья, технику.

Информационная поддержка – партнер распространяет информацию о мероприятиях в рамках проекта на доступных источниках. Как правило, данную поддержку оказывают СМИ.

Организационная поддержка – административное обеспечение. Партнер помогает регулировать проект на разных этапах реализации.

Методическая поддержка – партнер предоставляет либо помогает в подготовке методических материалов проекта, может проводить обучение волонтеров проекта, оказывать консультации для представителей ЦА и т.д.

Здесь самым очевидным примером является Центробанк как партнер проекта «Волонтеры финансового просвещения».

В качестве партнеров социального проекта могут выступать следующие юридические лица:

- НКО;
- Бизнес-компании;
- Органы государственной власти;
- Образовательные организации;

- Волонтерские объединения;
- СМИ

Когда мы хотим привлечь потенциального партнера в наш проект, то должны учитывать следующие пункты:

- Сфера деятельности организации;
- Включенность организации в социальную деятельность;
- Какую поддержку организация может оказать;
- Какую поддержку мы хотим получить;
- Какова выгода организации от сотрудничества с нами; что мы можем дать взамен;
- Какова роль партнера в проекте.

Только в том случае, когда мы сами понимаем, что за партнера привлекаем, что хотим получить и что может дать, можно рассчитывать на оказание поддержки.

Помимо того, что партнер может обеспечить проект необходимыми ресурсами, он также может оказать помощь, когда мы хотим подать проект на какой-либо грант (подготовить письмо поддержки проекта).

Партнеров можно привлекать как до начала реализации проекта, так и в процессе реализации. Если ваш проект совсем новый, лучше всего искать партнеров через «теплые контакты».

«Теплые контакты» в социальном проектировании – это потенциальные партнеры, которые уже вас знают. Это могут быть организации, с которыми вы когда-то уже сотрудничали, посредники, которые могут найти нужных партнеров, люди из вашего окружения, которые имеют нужные связи.

«Холодные контакты» в социальном проектировании – это потенциальные партнеры, с которыми вы не имеете никаких связей, и только во время знакомства с вашим проектом, они знакомятся и с вами.

Представление и защита проекта

Важность данного определяется тем, хотите ли вы тиражировать проект и получить стороннюю поддержку, в том числе, финансовую.

На очном этапе Регионального конкурса «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна» участники, прошедшие заочный этап, представляли свои проекты.

Комиссия всегда обращает внимание не только на то, насколько хорошо прописан ваш проект, но и на **качество выступления**, таким образом оценивается, насколько человек понимает собственную работу. Поэтому, по возможности, отрепетируйте свою речь ДО защиты. Подумайте, какие могут возникнуть вопросы у комиссии. Не стесняйтесь обращаться за помощью к наставникам, которые будут с вашей командой на очном этапе.

И самое главное – помните, что не нужно бояться выступления. У комиссии нет цели «завалить» ваш проект либо отругать вас лично.

Не бойтесь также смотреть в глаза членам комиссии – так вы сможете следить за их реакцией и понять, будут ли вопросы или нет.

Разберем некоторые ошибки, которые участники Регионального конкурса «Добрая воля, здоровое сердце, чистая страна» допускали на очном этапе, из-за чего их работы не вошли в число победителей.

Типичными ошибками на защите проектов на конкурсе были:

«Вырвиглазные» цвета на слайдах – запомните, что «ярко и красочно» не означает, что от слайдов должны болеть глаза;

В презентации есть информация, которой выступающий не владеет: «больше» не значит «лучше». Если вы понимаете, что не сможете ответить на вопрос, который отражен в презентации, то либо изучите вопрос заранее, либо уберите его из презентации;

Нечитаемый текст в презентации – комиссия должна иметь возможность прочитать любую информацию, которая есть в вашей презентации. Обилие текста на слайде не сделает проект лучше, а вот впечатление может испортить. Рекомендуемый размер шрифта в презентации – 32, не меньше. Если вы хотите как можно подробнее представить проект, лучше сделайте больше слайдов, но не пытайтесь уместить много текста на одном. Также важно поговорить о выбранном стиле шрифта. Красивые размашистые шрифты подходят для дизайна открыток, плакатов и т.д., но не для презентации проекта. Используйте стандартный Times New Roman, а если

все же хочется что-то более симпатичное, то выбирайте **Bahnschrift Light**, **Bahnschrift SemiBold** либо **Georgia**.

«Много воды», чтение по бумажке и неуместные шутки – ваше выступление должно быть сосредоточено на представлении проекта. За шутки комиссия не поставит дополнительные баллы, а если они неуместны и мешают выступлению, то даже снизят. Не стоит в начале выступления либо на каком-то из этапов давать слишком много ненужной информации – это займет значительное время от выступления, а вы можете оказаться в ситуации, когда не успели рассказать все, из-за того, что неграмотно распределили время. Сосредоточьте внимание на основных моментах: представление название и идеи проекта (30 секунд-1 минута), представление команды (не более 30 секунд), обоснование значимости проблемы (1 минута), обозначение цели проекта и целевой аудитории (30 секунд-1 минута); представление этапов проекта и ожидаемых результатов (до 4-минут). Оставьте остальное на вопросы комиссии.

Также значительным минусом будет «чтение по бумажке» во время защиты. Это сильно выдает волнение выступающего, а также может повлиять на мнение комиссии (сложится впечатление, что вы не знаете собственный материал). Лучше заранее отрепетируйте свое выступление, а если с печатным текстом вам комфортнее, просто держите его при себе, на всякий случай.

Выступающий не слышит вопросы комиссии, уводит разговор в другую сторону: когда вам задали вопрос, необходимо на него ответить. Если вы вдруг не поняли вопроса, попросите задающего его переформулировать. Если вы оказались в ситуации, когда вообще не можете ответить на вопрос, скажите следующее: «Спасибо за вопрос. Мы не рассматривали его при разработке проекта, но обязательно учтем».

Спор и конфликты с членами комиссии – запомните, что члены комиссии не ставят себе цель испортить участникам защиту, а вопросы, которые они могут задать, нужны для уточнения нюансов. Члены комиссии могут дать обратную связь по проекту и выступлению, и не всегда она будет положительной. Вы можете услышать и критику своей работы. Не обижайтесь и не спорьте с комиссией, если Вас задела их слова. Это не поможет Вам победить в конкурсе, а вот потерять несколько баллов за неподобающее поведение – может. Однако не путайте спор с аргументацией. Если Вы понимаете, что можете изменить мнение комиссии о своей работе, вежливо аргументируйте свою точку зрения.

Видимый страх во время выступления – каждый человек имеет свои страхи, и кто-то очень боится выступать перед публикой. Это абсолютно нормально, особенно в тех случаях, если выступающий представляет проект

впервые. Здесь очень важно, чтобы страх не помешал вам защитить свой проект. Определите заранее, кто из вашей команды будет представлять основную часть проекта или весь проект целиком. Выбирайте человека, который либо не боится выступать, либо меньше всех боится. Помните, что комиссия не станет вас критиковать или ругать. Сделайте дыхательную гимнастику перед тем, как выходить на сцену, повторите материал столько раз, сколько вам необходимо, чтобы минимизировать свой страх. Не давайте страху управлять вами.

Порой во время защиты что-то может пойти не так: презентация вовремя не открылась, вы случайно пролистнули слайд либо начали озвучивать информацию преждевременно. Вы можете забыть что-то сказать на выступлении, либо допустить небольшую ошибку. В этом нет ничего страшного. Не нужно паниковать и тем самым портить собственное выступление. Во-первых, как правильно, знаете только вы. Во-вторых, любую ошибку выступления можно исправить, когда вы будете отвечать на вопросы комиссии. Если кто-то из членов комиссии не понял что-то из вашего выступления, он также задаст вопрос.

Чтобы успешно защитить свой проект, нужно сделать следующее:

1. Подготовить презентацию проекта с наглядными материалами;
2. Выделить от 3 до 7 минут на представление своего проекта (здесь важно грамотно распределить время выступления, чтобы вас не прервали на середине);
3. Ответить на вопросы комиссии.

Давайте более подробно разберем, как выступить на защите.

Внимательно изучите требования к презентации проекта.

- Презентация должна быть красочная, желательно, чтобы были фотоматериалы либо картинки по теме проекта.
- Внимательно проверьте грамотность текста в презентации. Ошибок быть не должно.
- Отрадите в презентации только ту информацию, которой владеете. У вас не должно возникнуть затруднений на вопросы комиссии касаясь презентации.
- Слайдов в презентации должно быть ровно столько, сколько вы успеете представить за время выступления.

В заключение скажем, что, придерживаясь представленного алгоритма и учитывая все рекомендации, вы сможете не только успешно создать и представить проект, но и получить важный опыт. Не бойтесь начать работу, не бойтесь представлять проект.

Список литературы

1.Гаете Сепулведа М.А. Обучение служением через проектно-прикладную деятельность. Методические рекомендации для университетов / АНО «Агентство социальных инвестиций и инноваций»; отв. ред. М.Ю. Славгородская. – М.: Грифон, 2022. – 90 с.

2.Катаева В. И. Социальное проектирование: учебник / В.И. Катаева (Свента Ярвик). – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва: Университет «Синергия», 2022. – 302 с.

3.Лалаян Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: учебное пособие для вузов /Пер. с англ, под ред. проф. Е.А. Климова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 399 с.

4.Луков В.А. Социальное проектирование: учебное пособие. – 7-е изд. – М.: Изд-во Московского гуманитарного университета: Флинта, 2007. – 240 с.

5.Метелев А. П., Белановский Ю. С., Горлова Н. И. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО: учебник / А. П. Метелев, Ю. С. Белановский, Н. И. Горлова и др.; отв. ред. И. В. Мерсиянова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2022 — 456 с.

6.Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: учебник для вузов / О. П. Молчанова. — М: Издательство Юрайт, 2023. — 261 с.

7.Симонова И.Ф. Социально-культурное проектирование: современные подходы и технологии: учебное пособие. – СПб,: Научно-технологические технологии, 2020. – 250 с.

8.Старшинова А. В. Социальное проектирование в образовании и практике социальной работы: учебное пособие / А. В. Старшинова и др. ; [под общ. ред. А. В. Старшиновой]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. — 160 с.

9.Дусенко С.В., Рогачева О.А. Значимость определения социальной проблемы при социальном проектировании [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachimost-opredeleniya-sotsialnoy-problemy-pri-sotsialnom-proektirovanii> – Загл. с экрана.

10. Захарова Ю.Н. Куликов А.Ю. Методы и методологии разработки социальных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-metodologii-razrabotki-sotsialnyh-proektov> – Загл. с экрана.

11. Ивонина А.И., Чуланова О.Л., Давлетшина Ю.М. Современные направления теоретических и методических разработок в области управления: роль soft-skills и hard skills в профессиональном и карьерном развитии сотрудников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-napravleniya-teoreticheskikh-i-metodicheskikh-razrabotok-v-oblasti-upravleniya-rol-soft-skills-i-hard-skills-v-professionalnom> – Загл. с экрана.

12. Розин В.М. Социальное проектирование и социальные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-proektirovanie-i-sotsialnye-tehnologii> – Загл. с экрана.

13. Румянцева О.В. Развитие soft skills в вузе: взгляд студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-soft-skills-v-vuze-vzglyad-studentov> – Загл. с экрана.

14. Тимофеев К.И., Исламутдинов В.Ф. Менеджмент некоммерческих организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/menedzhment-nekommercheskih-organizatsiy> – Загл. с экрана.