



Как написать детский социальный проект

памятка
по разработке
социального
проекта



УДК 304
ББК 60.524.252
В49

«Как написать детский социальный проект» - памятка по разработке социального проекта. Автор-составитель Г.С. Винокурова, муниципальное автономное образовательное учреждение дополнительного образования «Детско-юношеский центр «Импульс». - с.Фролы, 2023, с.- 13.

В памятке «Как написать детский социальный проект» представлены основные разделы проектной заявки, которая заполняется участниками для получения гранта в рамках детского муниципального конкурса социально-значимых проектов. Организатором конкурса является ДЮЦ «Импульс» при финансовой поддержке управления образования администрации Пермского муниципального округа Пермского края.

В разработке акцентировано внимание на основных ошибках, определены ключевые элементы социального проекта: цель и задачи, целевая аудитория, календарный план, бюджет, информационное сопровождение и дано краткое описание особенностей социального проекта.

Памятка адресована детям, педагогам дополнительного образования, учителям, руководителям детских и молодёжных общественных организаций, которым интересна тема социального проектирования.

© Г. С. Винокурова,
МАОУДО «ДЮЦ «Импульс»
2023

Управление образования администрации
Пермского муниципального округа Пермского края
Муниципальное автономное образовательное учреждение
дополнительного образования «Детско-юношеский центр «Импульс»

КАК НАПИСАТЬ ДЕТСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

памятка по разработке
социального проекта

с. Фролы
2023

СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ



Это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на решение конкретной актуальной социальной проблемы и улучшение социальной ситуации

- решает конкретную проблему;
- имеет логическую структуру (цели-задачи-методы-результаты);
- направлен на четко определенные целевые группы;
- имеет продуманный календарный план;
- реализуется командой, в которой четко распределены обязанности;
- имеет обоснованную смету;
- рассчитан на определенные результаты, которые поддаются оценке;
- имеет четко выраженный социальный эффект;
- интересен для партнеров и волонтеров;
- привлекает внимание СМИ и общественности;
- финансово устойчив;
- может быть тиражирован;
- уникален и требует продолжения.

- почему вы хотите что-то сделать? (тема и актуальность проекта)
- зачем вы хотите это сделать? (цель и задачи проекта)
- каким образом вы будете достигать поставленных цели и задач? (методы реализации)
- что и когда будет сделано для достижения цели и задач проекта? (календарный план)
- для кого будут эти действия и мероприятия?
(целевые аудитории)
- что вам нужно для реализации проекта?
(необходимые ресурсы)
- как вы поймете, что достигли цели?
(результаты и критерии эффективности)

СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ



Любой проект имеет начало и окончание, именно этим он отличается от процессов. При этом следует понимать, что проект не просто имеет две даты, а проходит определенные фазы своего развития - жизненные циклы проекта

Инициация – первая фаза жизненного цикла проекта, в которую происходит зарождение идеи и начинается разработка концепции проекта, определение ключевых моментов его реализации (цели, участники, сроки и т.п.)

Планирование – после принятия решения о реализации проекта начинается его детальное планирование

Исполнение – для исполнения проекта необходимо обеспечить координацию ресурсов (людей, техники, оборудования), необходимых для выполнения намеченных работ

Управление и контроль – сбор фактических данных о ходе работ и сравнение их с плановыми показателями, анализ отклонений и реагирование на отклонения

Завершение – ряд мероприятий, которые руководитель должен выполнять для формального завершения проекта (отчеты о результатах проекта, закрытие контрактов и т.п.)



Проблема – это неудовлетворенность текущим положением дел, осознание разрыва между желаемой и фактической реальностью

В поле проектной заявки проблемой проекта чаще всего называется социальная значимость проекта.

ОПИСАНИЕ ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЮ/СНИЖЕНИЮ ОСТРОТЫ КОТОРОЙ ПОСВЯЩЕН ПРОЕКТ – причина появления проекта.

Проблему необходимо формулировать (констатировать), а также приводить актуальные, документальные (в том числе, нормативно-правовые акты), социологические доказательства её существования в обществе, использовать аргументы, доказывающие её актуальность.

Констатация проблемы – описание одним развернутым предложением. Важно не путать проблему с ее следствием: мы видим и обозначаем проявления проблемы, но будем работать, чтобы устранить источник.

Актуальность проблемы для целевой аудитории - результаты мониторинга, социологического или статистического исследования, проведенного (желательно) командой проекта в конкретном регионе среди конкретных целевых групп.

Подтверждение проблемы:

- Нормативно-правовые акты
- Статистические данные
- Цитаты
- Авторский опрос

Согласно: - Национальные указы и федеральные проекты - НПА регионального уровня - Стратегия социально-Экономического развития Термского края - Локальные НПА - Отраслевые НПА отмечается важность проблемы... Статистические данные подтверждают это... Проблема проекта – отсутствие/низкий уровень/высокий уровень/нехватка/недостаток... на территории... у целевой аудитории...

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

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



S

SPECIFIC
Конкретные

Что конкретно вы хотите достигнуть?

M

MEASURABLE
Измеримые

В чем вы будете измерять результат?

A

ATTAINABLE
Достижимые

Ваша цель не легкая, но достижимая?

R

RELEVANT
Актуальные

Ваши цели согласованы с целями Компании?

T

TIME-BOUND
Ограниченные во времени

Сколько времени потребуется, чтобы достичь цели?

Задачи проекта отражают крупные блоки работы по достижению цели проекта. Исполнение задачи является достижением одного из результатов проекта.

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

Рекомендуется определять для проекта не более 5 задач

В рамках календарного плана все мероприятия проекта привязаны к задачам.

Сумма показателей результативности всех мероприятий должна быть равной запланированным результатам реализации проекта (количественным показателям).

В рамках одной задачи мероприятия выстраиваются в хронологическом порядке.

Крайняя дата реализации запланированного мероприятия–дата, не позднее которой мероприятие в рамках задачи состоится.

АУДИТОРИЯ ПРОЕКТА



Целевая аудитория проекта - конкретно обозначенная социальная группа, объединенная каким-либо признаком, для которой проблема социального проекта является актуальной

Одна из главных характеристик целевой аудитории – ее конкретность!

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

Благополучатели проекта-люди / организации, которые не являются непосредственными участниками проекта, но тоже получают от него плюсы / выгоду



Портрет целевой аудитории

География	
Возраст	
Места обитания	
Интересы, хобби, увлечения	
Круг общения	
Личные качества	
Индивидуальные желания	

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Графическое изображение последовательности, взаимозависимости мероприятий проекта, сроков их реализации и ответственных за их исполнение лиц



Основная цель планирования заключается в разработке плана реализации проекта/инициативы.

В данном разделе описываются те виды деятельности или мероприятия, которые будут реализованы в рамках инициативы.

Каждое из мероприятий должно способствовать достижению цели, задач и запланированных результатов проекта, инициативы.

Из плана мероприятий должно стать ясным, что будет сделано? Кто будет осуществлять деятельность? Как? Когда и в какой последовательности? Какие результаты это принесет?

Важно обозначить и описать сроки выполнения каждого проектного этапа и последовательность мероприятий.

№	Мероприятия проекта	Сроки реализации	Место проведения	Ответственные исполнители
1.	Создание Положения о проведении открытого городского турнира по мини-футболу среди подростков «группы риска» - «Честная игра»	01-15 апреля.		
2.	Информирование потенциальных участников открытого городского турнира по мини-футболу среди подростков «группы риска»	15апреля – 01 мая		
3.	Сбор заявок на участие в открытом городском турнире по мини-футболу среди подростков «группы риска»	15 мая – 15 июля		
4.	Проведение открытого городского турнира по мини-футболу среди подростков «группы риска» - «Честная игра»	12 сентября	Футбольное поле МАОУ «СОШ №100» г. Перми	

БЮДЖЕТ ПРОЕКТА



Представляет собой план затрат, необходимых для реализации проекта, в денежном выражении



«Зачем это нужно в вашем проекте»

«Зачем на это тратить деньги»

Запрашиваемые средства (грант)

Софинансирование (все то, что вы вкладываете как команда)

Вклад партнеров (это не только деньги, но и другие виды поддержки)

Бюджет складывается из...

Необходимо ориентироваться на объективные потребности запрашиваемой суммы, а не на максимальный размер гранта, указанный в объявлении о проведении конкурса.

В смету необходимо включить только те расходы, которые напрямую связаны с проектом и имеют аргументированное подтверждение.

Для аргументации необходимости той или иной статьи расходов нужно прикреплять дополнительные файлы с пояснениями этих позиций.

Проверить обоснованность каждого вида затрат возможно путем исследования рынка предложений в регионе, территории проведения проекта и (или) соседних регионах и указать среднюю цену предложений.

Все расходы указываются в российских рублях.

(наименование организации/объединения/группы)

№	Наименование статьи расходов	Цена за единицу	Количество	Средства Заказчика – «ДЮЦ «Импульс»	Привлеченные (имеющиеся) средства	Итого
	ВСЕГО РАСХОДОВ ПО ПРОЕКТУ					

РЕЗУЛЬТАТ ПРОЕКТА



Это то, что останется после даты завершения проекта. Важно описать ожидаемый результат в конкретных измеряемых показателях. И количественные, и качественные результаты зависят от решаемой проблемы и должны быть адекватны, релевантны и измеримы.

Все показатели, которые можно измерить цифрами и которые способствуют достижению цели и задач инициативы, являются **количественными**.

Результатами могут быть количество участников конкретных дел, акций, мероприятий, подготовленные и изданные методические рекомендации, обученные на семинарах специалисты, публикации в прессе, объем оказанных услуг/продукта целевой аудитории и так далее.

Численные результаты должны выражаться в конкретных, измеряемых единицах.

Конкретные **качественные** изменения, которые произойдут в результате реализации инициативы.

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

Если измерить результат невозможно – это не результат

Все количественные и качественные результаты формируются из цели, задач и мероприятий проекта/инициативы.



Сделайте анализ наиболее популярных каналов получения информации целевой группой проекта.

Составьте медиаплан проекта.

Создайте группы в популярных у целевой аудитории социальных сетях, сайт-визитку или страницу на сайте организации, посвященной проекту.

Составьте контент-план продвижения проекта в социальных сетях.

- Опишите, какие методы будут использованы для информирования целевых аудиторий, партнеров, СМИ и других заинтересованных сторон о мероприятиях, ходе реализации и итогах инициативы.

- Когда Вы хорошо работаете, Вам есть что рассказать!

- Если Вы не демонстрируете информационную открытость, возникают вопросы к качеству реализации инициативы.

- Подготовьте медиаплан, обозначьте способы взаимодействия с целевыми аудиториями, общественностью и СМИ.

- Даже если проект в силу специфики не подразумевает широкого освещения, нужно максимально эффективно использовать возможные каналы коммуникации с основными группами – объявления, информационные рассылки, группы инициативы в социальных сетях.

Информационные партнёры: группы в социальных сетях (Термский район, Образование Термского района, Твоё время, ДЮЦ "Импульс", Группы школ и поселений, Мой город Термь, Термь активная и т.д.)

СМИ: газета "Нива", ИА "Юнпресс-Термь".

ПАРТНЁРЫ ПРОЕКТА

Люди и организации, от помощи и поддержки которых зависит успех реализации проекта



Большинство проектов требуют для своей реализации помощь сторонних лиц или организаций. Таких людей и компании принято называть партнерами проекта.

Партнерская помощь может заключаться в освещении мероприятий в СМИ, снабжении канцелярскими принадлежностями, необходимыми для реализации проекта, транспортом, финансовыми средствами, экспертизой и т.д.

Если реализация проекта требует привлечения помощников на добровольной основе, то их фиксируют в соответствующем пункте как «волонтеры» с указанием социальной принадлежности (например, школьники, родители, студенты) и общего количества таких помощников.

Важно!

Вклад партнеров и волонтеров можно монетизировать и учесть в софинансирование проекта.

ПОМНИТЕ!

Партнеры должны знать о том, что они являются партнерами вашей инициативы. Эксперты конкурса также должны об этом знать – для этого существуют письма поддержки.

Письма поддержки должны быть приложены в дополнительные файлы проекта/инициативы.

Спонсор/Партнер проекта – юридическое или физическое лицо, оказывающее на добровольной и бесприбыльной основе материальную или иную поддержку некоммерческим проектам в целях популяризации исключительно своего имени (названия), торговой марки и т.д.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА



Короткое и чёткое представление идеи проекта, основных мероприятий и его результатов для комиссии /экспертов/ жюри, чтобы получить грант на реализацию проекта

Распределите роли в команде. Чётко определите кто из вашей команды будет рассказывать о проекте, кто подготавливает электронную презентацию, кто зафиксировывает вопросы от экспертов и т.д.

Ярко представьте проект. Выберите необычные формы презентации своей проектной идеи (стендап, тэд и др.) Такие формы презентации выбирайте только в том случае, если они уместны для идеи вашего проекта.

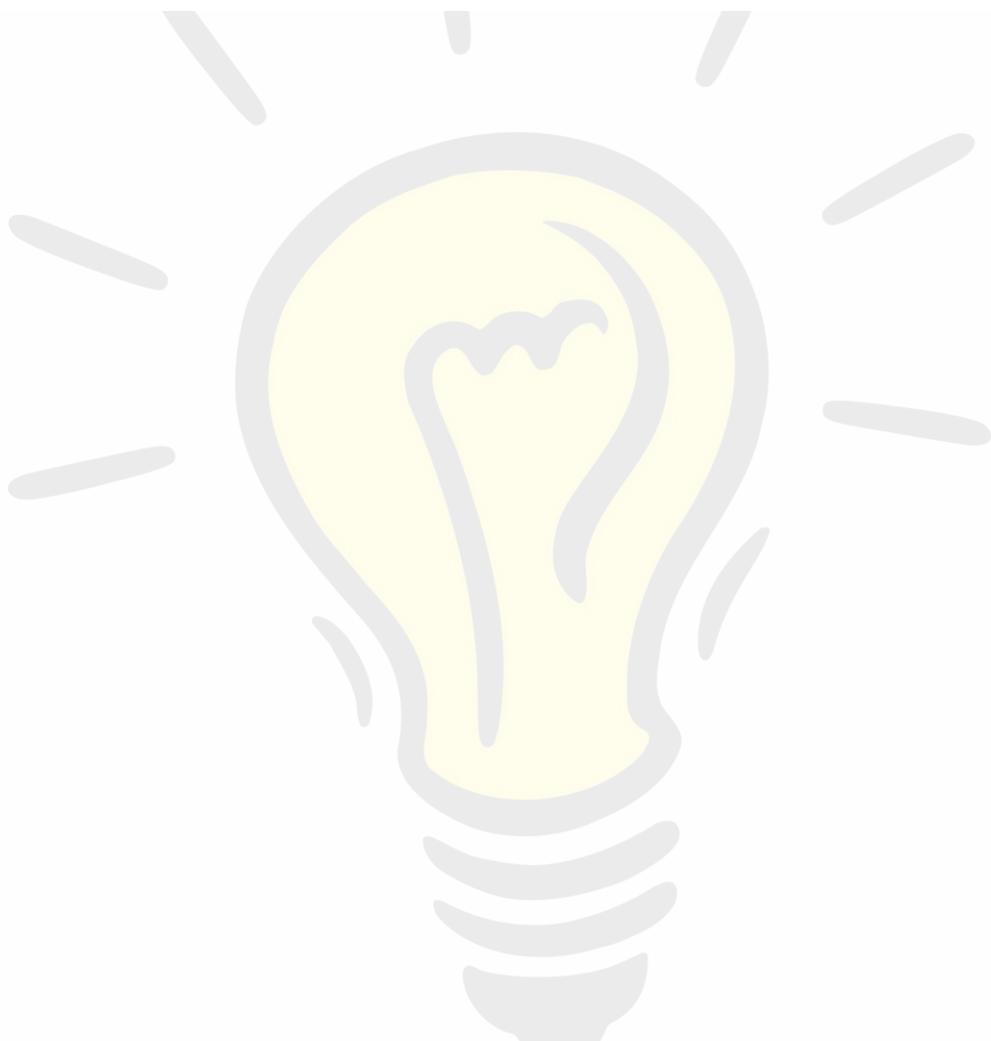
Структурируйте. В своём выступлении продумайте чёткую структуру: о чём говорить в начале, что в середине и какое завершение выступления.

Меньше «воды». Старайтесь приводить факты, события, цифры, которые действительно относятся к проекту. Избегайте общих фраз и ненужных описаний проблемы или ситуации.

Не читай с презентации и по листку. Электронная презентация - это дополнение к вашей речи (картинки, графики, цифры и т.д.), а не текст выступления. Не читайте с листа свою речь, попробуйте просто рассказать комиссии/экспертам свою идею проекта.

Акцент на ожидаемых результатах. Чётко расскажите, что изменится, если ваша команда реализует проект.

Репетируйте. Самое важное - это отрепетировать презентацию проекта. Выступите перед одноклассниками, учителями, родителями. В процессе такой репетиции могут возникнуть правки, которые помогут избежать дополнительных вопросов комиссии/экспертов на защите проекта.





Пермский
муниципальный округ,
с.Фролы, ул.Светлая, 2

E-mail: mou_duts@mail.ru
Телефоны:
+7(342) 232-01-23 - директор
+7(342) 232-01-23 - заместители директора
+7(342) 232-01-24 - методисты