

# **СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ: ОТ ИДЕИ ДО ПРОЕКТА**

# СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ



**время**

**+**



**результат**

**+**



**решение  
социальной  
проблемы**

# АКТУАЛЬНОСТЬ или СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ПРОЕКТА

## ПРОБЛЕМА



**целевая группа**



**конкретная территория**

# **ШАГИ ИЗУЧЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ**

**1. СФОРМУЛИРОВАТЬ**

**2. ОПРЕДЕЛИТЬ МАСШТАБ**

**3. ОПРЕДЕЛИТЬ СЕРЬЕЗНОСТЬ**

**4. ИЗУЧИТЬ ПРИЧИНЫ ПРОБЛЕМЫ**

**5. ОПРЕДЕЛИТЬ АКТУАЛЬНОСТЬ**

**6. УЗНАТЬ, КТО И КАК РЕШАЕТ**

# МЕХАНИЗМ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА

**ЦЕЛЬ ПРОЕКТА**  
**=**  
**РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ**

# **КРИТЕРИИ ЦЕЛИ**

**1. КОНКРЕТНОСТЬ**

**2. ИЗМЕРИМОСТЬ**

**3. ДОСТИЖИМОСТЬ**

**4. РЕАЛИСТИЧНОСТЬ**

**5. ОГРАНИЧЕННОСТЬ ВО ВРЕМЕНИ**

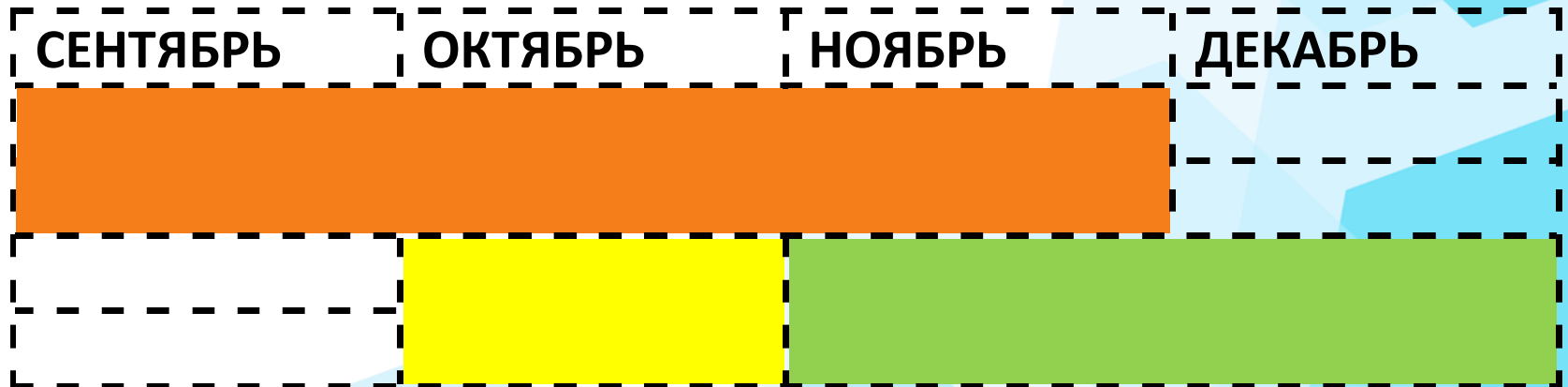
# МЕХАНИЗМ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА



# КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

**ПРИНЦИП «ВРЕМЯ, МЕСТО, РЕЗУЛЬТАТ»**

## ДИАГРАММА ГАНТТА





# КОМАНДА ПРОЕКТА

**КВАЛИФИКАЦИЯ ЧЛЕНОВ КОМАНДЫ  
ДОЛЖНА СООТВЕТСТВОВАТЬ  
ЗАДАЧАМ И МЕРОПРИЯТИЯМ ПРОЕКТА**

**ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**



**ОБЯЗАННОСТИ**



**ПОЗИЦИИ**



**НАВЫКИ**

# **БЮДЖЕТ ПРОЕКТА**

## **КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ:**

### **1. ОБОСНОВАННОСТЬ –**

**СООТВЕТСТВИЕ РАСХОДОВ МЕРОПРИЯТИЯМ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНА**

### **2. РЕАЛИСТИЧНОСТЬ –**

**СООТВЕТСТВИЕ ПЛАНИРУЕМЫХ РАСХОДОВ РЫНОЧНЫМ ЦЕНАМ**

### **3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ –**

**ДОСТИЖЕНИЕ НАИЛУЧШЕГО РЕЗУЛЬТАТА  
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ОПТИМАЛЬНОГО ОБЪЕМА СРЕДСТВ**

# ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

**ОРГАНЫ ГОСВЛАСТИ  
И ГОСУЧРЕЖДЕНИЯ**

**БИЗНЕС**



**СМИ**

**НКО**

**ДЛЯ ЧЕГО НЕОБХОДИМО  
ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА**

**ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ**

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПРОЕКТА**

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ РЕСУРСОВ**

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПАРТНЕРОВ**

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМЕ**

# **КОНЦЕПЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА**

**ЦЕЛЬ КАМПАНИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ**

**ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ**

**ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ**


**ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ**

**ПАРТНЕРЫ**

**ПЛАН ПРОДВИЖЕНИЯ**

# ДАЛЬНЕЙШАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА





# **СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ: ОТ ИДЕИ ДО ПРОЕКТА**