



ПРОЕКТНЫЙ ЭКСПРЕСС

Рабочие практики социокультурного проектирования –
в регионы страны!

МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТА

Подготовка проекта культуры и креативных индустрий
для различных типов доноров

ПЛАН РАБОТЫ

1. Идея проекта – формулирование идеи проекта через целевую аудиторию и качественные изменения.
2. Матрица проекта – построение логических взаимосвязей целевой аудитории, цели, задач и мероприятий проекта.
3. Детализация проекта – кто и как поддержит проект, основные роли в команде, на что нужны деньги и что будет собственным вкладом

ВРЕМЯ НА СБОРКУ ПРОЕКТА – 4-5 ЧАСОВ

МАТРИЦА ПРОЕКТА



НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:		ПРЕПЯТСТВИЯ	ЗАДАЧИ	МЕРОПРИЯТИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ	
СРОКИ:		Ⓞ Пытайся найти для достижения цели, которая поможет воплотить идею для аудитории изменить. Поможет в формулировке идеи.	Ⓞ Задачи, которые нужно решить, чтобы преодолеть препятствия и цели.	Ⓞ Миссия проекта – это конкретные шаги и для реализации идеи. Каждая задача должна иметь не менее двух мероприятий. Ⓞ Результаты – это ключевые количественные и качественные показатели, которые покажут, что цель достигнута.	
ГЕОГРАФИЯ:					
ЦА	ЦЕЛЬ				
Ⓞ Для кого проект? Какие характеристики этой аудитории? Лучше сфокусироваться на одной ЦА, вместо того, чтобы охватывать несколько аудиторий по разным потребностям и интересам.	Ⓞ Желательный конкретный и измеримый результат: выгода для аудитории, изменений, достижений и в четкое время. Лучше ставить не больше одной цели.				
ПАРТНЕРЫ	ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА	КОМАНДА	БЮДЖЕТ (ОБЩАЯ СУММА)	ЗАПРАШИВАЕМАЯ	СОФИНАНС.
Ⓞ Виды партнерств: <ul style="list-style-type: none"> • Экспертно-аналитический • Спонсорский • Материальный • Организационный • Консультационный Важно, чтобы каждый партнер был готов поддерживать проект партнерству.	Ⓞ Также следует узнать формат участия в проекте и уровень известности.	Ⓞ Достаточно предоставить не более 5-7 наиболее важных для проекта специалистов. Указывать конкретные фамилии не имеет смысла на данном этапе.	Ⓞ Социальные статьи расходов, исходя из логики проекта и структуры команды – сколько может потребоваться денег. Справедливо, когда может быть собственная сумма (софинансирование) – отплатить только статью бюджета.		

ФОРМУЛИРОВКА ИДЕИ ПРОЕКТА

- ♦ Зафиксировать исходную идею – **что вы хотите сделать?**
- ♦ Определить целевую аудиторию (ЦА) – **для кого проект?**
- ♦ Предположить методы и гипотезу результатов исследований ЦА
- ♦ Предположить актуальный запрос аудитории – **что изменится для ЦА по итогам проекта в лучшую сторону?**
- ♦ Сформулировать идею проекта – **что будет сделано, для кого и что изменится (качественный эффект)?**
Это будет прообраз цели проекта.

ЦЕЛЕВАЯ
АУДИТОРИЯ

МЕРОПРИЯТИЯ
ПРОЕКТА

ИЗМЕНЕНИЯ
(КАЧЕСТВЕННЫЙ
ЭФФЕКТ)

75
МИН.



ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

- возраст, пол
- география
- социальный статус
- профессия/квалификация
- интересы, потребности

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- опросы, интервью
- местная статистика
- внеш. исследования
- мнения экспертов
- обзоры в СМИ

Целевые аудитории должны получить какой-то качественный эффект по итогам мероприятий проекта, для них что-то должно измениться в лучшую сторону!

МАТРИЦА ПРОЕКТА

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

45
МИН. 

Составить на основе сформулированной идеи в табличном виде **матрицу** (логические взаимосвязи) проекта

ЦЕЛЕВАЯ
АУДИТОРИЯ

ЦЕЛЬ

ПРЕПЯТСТВИЯ

ЗАДАЧИ

МЕРОПРИЯТИЯ
И РЕЗУЛЬТАТЫ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

лучше сфокусироваться на одной ЦА, возможно, объединив несколько аудиторий по схожим потребностям в изменениях

ЦЕЛЬ

желаемый **конкретный** и **измеримый** результат **значимых** для аудитории **изменений**, достижимый в четкие сроки. “Докручиваем” до цели идею проекта с учетом свойств: конкретности, измеримости, значимости, достижимости и сроков.

ПРЕПЯТСТВИЯ

для достижения цели, которые мешают воплотить нужные для аудитории изменения. Этой сущности нет в форме заявки, нам она нужна, чтобы на следующем шаге сформулировать задачи.



На следующем шаге сформулируем **задачи**, которые нужно решить для преодоления препятствий, **мероприятия** и их **результаты**.

Лучше ставить **не больше одной цели**. Не рекомендуется указывать в цели метод ее достижения, т.е. писать “через...”, “с помощью...” и т.п.

МАТРИЦА ПРОЕКТА РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕЛИ

45
МИН. 

Составить на основе сформулированной идеи в табличном виде **матрицу** (логические взаимосвязи) проекта

ЦЕЛЕВАЯ
АУДИТОРИЯ

ЦЕЛЬ

ПРЕПЯТСТВИЯ

ЗАДАЧИ

МЕРОПРИЯТИЯ
И РЕЗУЛЬТАТЫ

ЗАДАЧИ

которые нужно решить, чтобы преодолеть препятствия к цели. Задача – общая группировка, которая распадается на конкретные мероприятия.

МЕРОПРИЯТИЯ

это **конкретные шаги** для решения каждой задачи. По итогам всех своих мероприятий задача должна быть решена, иначе что-то не продумано. Каждая задача должна иметь не менее двух мероприятий.

РЕЗУЛЬТАТЫ

ключевые количественные и качественные показатели, которые покажут, что цель достигнута. Если таких результатов в мероприятии не просматривается, то возможно оно лишнее.



Детально прописывать мероприятия, внутренние сроки и результаты на этом этапе **не нужно**.

ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА ПОДДЕРЖКА ПАРТНЕРОВ

Определить нужные формы поддержки и партнеров, которые поддержат проект. Желательно комбинировать разные виды поддержки, при этом 2-3 партнеров одного типа обычно достаточно.

ТИПЫ ПОДДЕРЖКИ

- ♦ **Информационная** — освещение хода проекта и/или помощь с вовлечением целевой аудитории.
- ♦ **Финансовая** — прямые денежные вливания в бюджет проекта.
- ♦ **Материальная** — предоставление любых материальных ресурсов (оборудование, расходники, призы...)
- ♦ **Организационная** — любые услуги (аренда помещения, проведение мастер-классов, транспортировка участников...)
- ♦ **Консультационная** — можно быть специалистами в своей теме, но если ваши технологии поддержат или помогут выработать сторонние эксперты, то проект вызовет больше доверия у донора.
- ♦ **Иная поддержка** — например, подтверждение общественной значимости и актуальности проекта.



Сбалансированная поддержка разных партнеров типов сделает проект более устойчивым. Важно, чтобы каждый партнер был готов подтвердить свою поддержку!

ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА ПОДДЕРЖКА ИЗВЕСТНЫХ ЛИЦ

Определить нужные формы поддержки и партнеров, которые поддержат проект. Желательно комбинировать разные виды поддержки, при этом 2-3 партнеров одного типа обычно достаточно.

ФОРМАТ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

Особенно важно получить рекомендацию от авторитетного в сфере проекта эксперта или деятеля культуры по его профилю. Еще лучше – привлечь в состав команды.

- Член команды
- Участник мероприятий
- Поддержка / рекомендация
- Иное

УРОВЕНЬ УЧАСТНИКА

Уровень должен соответствовать географии проекта, в региональном и тем более муниципальном проекте совершенно не обязательно должны быть мировые звезды.

- Международный
- Федеральный
- Региональный
- Муниципальный



Как и в случае с партнерами, сбалансированная поддержка известными деятелями делает проект более устойчивым и привлекательным для донора. Важно, чтобы каждый из них был готов подтвердить свою поддержку!

ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА СТРУКТУРА КОМАНДЫ ПРОЕКТА

Составить список всех ролей в проекте, указывать конкретные фамилии на этом этапе не обязательно.

Уместно будет на этом этапе «вспомнить» все проектные роли, которые оказывают наиболее значимое влияние на содержание проекта.

- ♦ Помимо Руководителя проекта должны быть представлены специалисты, без которых не могут состояться мероприятия проекта.
- ♦ В дальнейшем важно использовать одинаковую формулировку роли во всех компонентах заявки – календарном плане, бюджете и т.п.
- ♦ Помимо руководителя проекта достаточно представить не более 5-7 наиболее важных для проекта специалистов.

ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА СТРУКТУРА БЮДЖЕТА ПРОЕКТА

- ♦ Определить основные статьи расходов, исходя из матрицы проекта и структуры команды – сколько может потребоваться денег.
 - ♦ Определить каким может быть собственный вклад (софинансирование).
-
- ♦ Детализация на этом этапе не требуется, просто нужно определить, **на что** пойдут деньги донора.
 - ♦ Важно **реалистично оценить** бюджетные потребности относительно опыта команды и организации, не забыть учесть вклад партнеров.
 - ♦ В случае грантовых проектов, софинансирование рекомендуется **не менее 25%** от общего бюджета проекта, но вообще оно интересно любым типам доноров.

ОСНОВНЫЕ ГРУППЫ РАСХОДОВ (для грантов, для других доноров можно упростить):

- Оплата труда (штатные, ГПХ, самозанятые и страховые взносы)
- Командировочные расходы
- Офисные расходы
- Приобретение, аренда спецоборудования, инвентаря
- Разработка и поддержка сайтов, информационных систем
- Юридические, информационные, консультационные услуги
- Проведение мероприятий
- Издательские, полиграфические
- Прочие прямые расходы

ПРОЕКТ СОБРАН!



rescentr47.ru



проектныйэкспресс.пф



@sonko_vmeste

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО

- ◆ Определены целевые аудитории, смоделированы их исследования и сформулирована идея проекта
- ◆ Проработаны основные компоненты проекта:
 - Матрица: цель и реализация цели (задачи, мероприятия, результаты)
 - Партнерская сетка (поддержка партнеров и известных деятелей)
 - Роли в команде проекта
 - Структура бюджета и софинансирование

ЧТО ДАЛЬШЕ?

Определяться с типом донора и упаковать для него свой проект:

- презентационный пакет для коммерческого партнера
- заявка на грантовый конкурс
- подготовка краудфандинговой кампании

ТИПЫ ДОНОРОВ

- Бизнес
- Грантодатели (государство и частные фонды)
- Частные лица (краудфандинги и т.п.)

ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



rescentr47.ru



проектныйэкспресс.рф



@sonko_vmeste

Матрица проекта в печатном виде – все компоненты проекта на одной странице ([скачать макет для печати, рекомендуется формат А3](#))

Матрица проекта в электронном виде – компоненты проекта распределены по вкладкам таблицы ([ссылка на таблицу, которую можно скачать на компьютер или скопировать](#))

МАТРИЦА ПРОЕКТА

НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

СРОКИ:

ГЕОГРАФИЯ:

ЦА

❗ Для кого проект? Какими характеристиками выделит аудитория?
Лучше сформулировать на одной ЦА, возможно, объединив несколько аудиторий по схожим потребностям и интересам.

ЦЕЛЬ

❗ Желательна конкретная и измеримая формулировка цели для удобства контроля, достижения и в четкие сроки.
Лучше ставить не больше одной цели.

ПАРТНЁРЫ

❗ **Виды партнеров:**
• Акционерно-финансирование
• Материальная
• Организационная
• Юридическая
Важно, чтобы каждый партнер был готов подписать закон поддержку.

ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА

❗ Также следует указать формат участия в проекте и уровень известности.

КОМАНДА

❗ Достаточно представить не более 5-7 наиболее значимых для проекта специалистов. Указывать конкретные фамилии на этом этапе не обязательно.

БЮДЖЕТ (ОБЩАЯ СУММА)

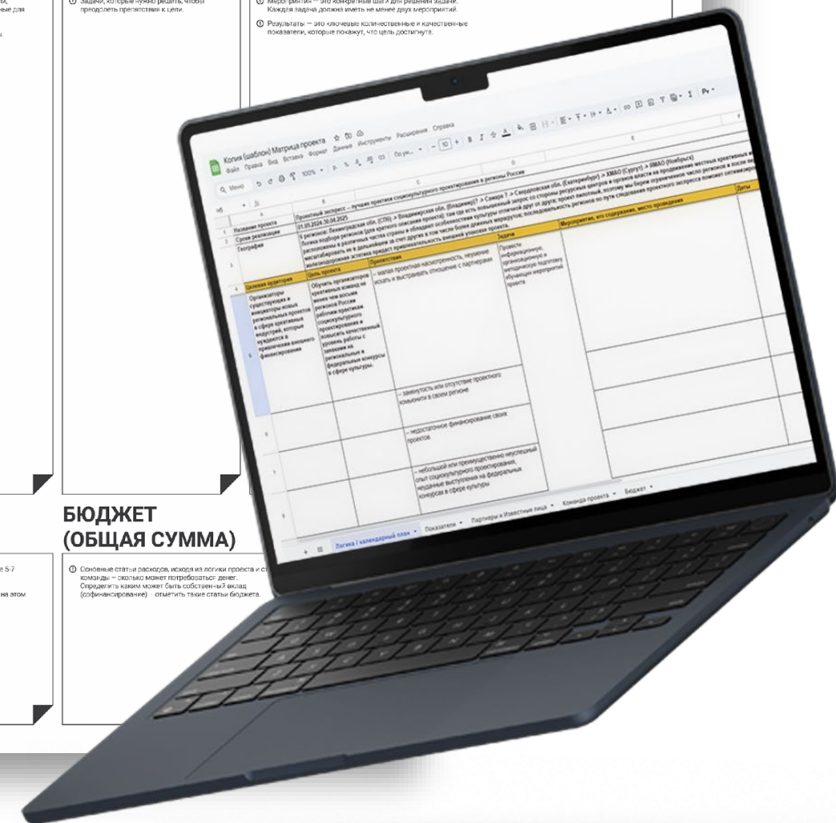
❗ Основные статьи расходов, исходя из логики проекта и с командой – сколько может потратить бюджет. Специально выделить момент быть собственным вкладом (финансирование) – отменить такие статьи бюджета.

ПРЕПЯТСТВИЯ

❗ Провести анализ и документировать риски, которые наиболее вероятно угрожают для аудитории исполнения.
Помогает в формулировке задач.

ЗАДАЧИ

❗ Задачи, которые нужно решить, чтобы преодолеть препятствия и цели.



Составитель методики
ВАДИМ ИВАНОВ

Фандрайзер, креативный продюсер.
Социальный предприниматель.

В некоммерческом секторе с 2017 года, в бизнесе с 2002 года.

Привлек в 2018-2024 годах **405 млн. руб.** в **68** проектов, главным образом, в сфере культуры. Бюджеты проектов от **500 тыс. руб.** (фестиваль “Окрошка” в Новгородской обл.) до **56 млн. руб.** (всероссийский конкурс “Битва хоров”).

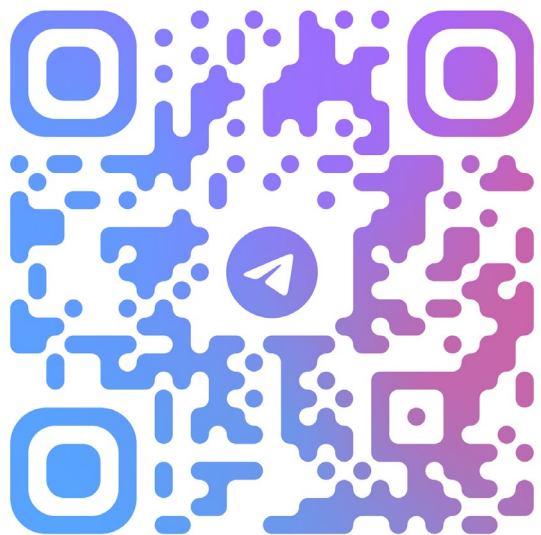
В 2018-2021 годах организация корпоративного волонтерства для бизнеса: Diageo, Heineken, PepsiCo, Decathlon:

- экологические акции для сотрудников в регионах присутствия (бюджеты от **1.5 до 4 млн. руб.**);
- обучение и проведение программы по социализации сирот в более чем **20** регионах, организация благотворительных балов.

Автор **3** обучающих программ.



**ВСТУПАЙТЕ В TELEGRAM-ЧАТ
УЧАСТНИКОВ «ПРОЕКТНОГО
ЭКСПРЕССА»**



**МЕТОДИКА ДОРАБОТАНА В РАМКАХ
ПРОЕКТА «ПРОЕКТНЫЙ ЭКСПРЕСС», 2025 ГОД**



Машинист
Программный директор

ВАДИМ ИВАНОВ

✉ ivadim1979@gmail.com

☎ +7 967 531 6979



Начальник поезда
Руководитель проекта

ВЕРА ЧИСТЯКОВА

✉ ano.rc.vmeste@gmail.com

☎ +7 937 949 5979