



Комплекс модельных решений и чек-листов для проведения мероприятий по организации распространения лучших практик на публичных площадках, мероприятий по обмену опытом

*Материалы в помощь сотрудникам
ресурсных центров поддержки СОНКО*

*Разработано Центром ГРАНИ в рамках реализации проекта
«Конструктор для новой деятельности ресурсных центров
поддержки социально ориентированных НКО в регионах РФ»
с использованием гранта Президента Российской Федерации
на развитие гражданского общества, предоставленного
Фондом президентских грантов в 2017 году.*



**КОМПЛЕКС МОДЕЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ И СНЕСК-ЛИСТОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОРГАНИЗАЦИИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЛУЧШИХ ПРАКТИК НА
ПУБЛИЧНЫХ ПЛОЩАДКАХ, МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОБМЕНУ ОПЫТОМ**

ЦЕНТР ГРАНИ

**1. ПРИМЕР ПОЛОЖЕНИЯ О ПРОВЕДЕНИИ ПУБЛИЧНОГО МЕРОПРИЯТИЯ (ФОРУМА,
ЯРМАРКИ, ВЫСТАВКИ, ПРЕЗЕНТАЦИИ) И О РАСПРОСТРАНЕНИИ ЛУЧШИХ
ПРАКТИК ОКАЗАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ.**

I. Общие положения

- 1.1. Настоящее Положение о проведении (указывается публичное мероприятие (форум, ярмарка, выставка)) (далее – Публичное мероприятие) определяет цель и задачи, сроки и место проведения, условия участия в Публичном мероприятии, порядок его проведения.
- 1.2. Организаторам Публичного мероприятия является (указывается организатор).
- 1.3. Целью проведения Публичного мероприятия является создание условий для стимулирования инновационной деятельности в оказании социальных услуг.
- 1.4. Задачи Публичного мероприятия:
 - создание площадки для выявления и презентации эффективных практик оказания инновационных социальных услуг в социальной сфере и обмена ими;
 - информирование получателей услуг в социальной сфере о практиках оказания инновационных социальных услуг;
 - формирование позитивного образа поставщиков инновационных услуг в социальной сфере, в том числе негосударственных.
- 1.5. Организатор Публичного мероприятия формирует Экспертный совет, который рассматривает заявки и проводит отбор участников.
- 1.6. В Экспертный совет могут входить независимые эксперты в сфере инноваций и оказания социальных услуг, представители профессиональных союзов и ассоциаций, представители органов исполнительной власти и органов местного самоуправления, носители передового опыта оказания инновационных услуг в социальной сфере.
- 1.7. Для организации проведения Публичного мероприятия собирается оргкомитет, который состоит из представителей организатора Публичного мероприятия и членов Экспертного совета.
- 1.8. Оргкомитет Публичного мероприятия:
 - разрабатывает и утверждает план мероприятий по организации Публичного мероприятия;
 - определяет и утверждает программу Публичного мероприятия.

1.9. Программа может включать в себя презентацию лучших практик оказания инновационных услуг в социальной сфере, лекции, открытые тренинги и мастер-классы для поставщиков инновационных услуг в социальной сфере.

II. Сроки и место проведения Публичного мероприятия

2.1. Публичное мероприятие проводится (указываются даты проведения).

2.2. Место проведения (указывается место проведения).

III. Участники Публичного мероприятия

3.1. В работе Публичного мероприятия принимают участие поставщики инновационных услуг в социальной сфере в независимости от их организационно-правовой формы и (или) индивидуальные предприниматели, производящие инновационные социальные услуги.

3.2. В работе Публичного мероприятия могут принимать участие носители уникального (передового) опыта оказания инновационных услуг в социальной сфере, в том числе, включенные в реестр лучшей практики оказания инновационных услуг в социальной сфере, включенные в банк лучших практик оказания инновационных услуг в социальной сфере, участники и победители конкурсов лучших практик предоставления инновационных услуг в социальной сфере.

IV. Порядок проведения Публичного мероприятия.

4.1. Информационное сообщение о проведении Публичного мероприятия и о начале приема заявок от поставщиков инновационных услуг в социальной сфере на участие в Публичном мероприятии размещается на официальном сайте (указывается сайт Публичного мероприятия) не менее чем за 60 дней до проведения Публичного мероприятия.

4.2. Для участия необходимо пройти регистрацию на официальном сайте (указывается сайт Публичного мероприятия) и получить уведомление по электронной почте о присвоении статуса участника.

4.3. Экспертный совет утверждает заявку в течение 7 календарных дней с момента ее поступления.

4.4. Критериями отбора для участия в Публичном мероприятии являются актуальность и востребованность практики оказания инновационных услуг в социальной сфере.

4.5. Списки участников Публичного мероприятия вывешиваются на официальном сайте (указывается сайт Публичного мероприятия).

V. Финансирование Публичного мероприятия

5.1. Расходы по организации и проведению Публичного мероприятия осуществляется организатором.

5.2. Участие в Публичном мероприятии является бесплатным.

5.3. Проезд иногородних участников Публичного мероприятия до места проведения мероприятия и обратно осуществляется за счет организаторов.

2. МОБИЛЬНЫЙ КОНСУЛЬТАЦИОННЫЙ ЦЕНТР И БИЗНЕС-ИНКУБАТОР ДЛЯ СОНКО (И ДРУГИХ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОСТАВЩИКОВ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ) КАК ПЛОЩАДКА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЛУЧШИХ ПРАКТИК И ОБМЕНА ОПЫТОМ

Услуги выездного Мобильного консультационного центра, бизнес-инкубатора востребованы среди СОНКО и других возможных потенциальных поставщиков услуг в социальной сфере. Производство услуг в социальной сфере – новый тип деятельности НКО, который предполагает освоение новых навыков и компетенций. Для успешного освоения новой сферы деятельности и/или обмена уже имеющимся опытом специалисты СОНКО нуждаются не только в классическом обучении, которое представлено уже достаточно широко, но и в экспертном и консультационном сопровождении своей деятельности. Это предполагает со стороны сотрудников

Ресурсных центров индивидуальную работу с каждой заинтересованной СОНКО и гибкое реагирование на индивидуальные запросы в обучении и методической поддержке, получению лучшего опыта.

Решением поставленных задач может служить организация работы выездного **Мобильного консультационного центра для СОНКО или бизнес-инкубатора для НКО, потенциальных поставщиков услуг в социальной сфере.** Такие услуги могут оказываться региональными ресурсными центрами, имеющими большой опыт сопровождения деятельности социально ориентированных НКО.

Задачи выездного Мобильного консультационного центра:

- передать СОНКО и инициативным группам из муниципалитетов максимально возможный объем информации, необходимой для запуска производства услуг в социальной сфере (включая информацию об уже имеющихся лучших практиках оказания инновационных услуг в социальной сфере),
- передать местному активу актуальные социальные технологии и методики,
- поддержать инициативы по запуску производства социальных услуг,
- содействовать интеграции местных НКО в региональное сообщество поставщиков услуг в социальной сфере и инфраструктуру поддержки поставщиков услуг,
- содействовать развитию региональных "отраслевых сетей" некоммерческого сектора,
- помочь в формулировании бизнес-идеи запуска предоставления социальных услуг.

Основные услуги, доступные пользователям выездного Мобильного консультационного центра:

- Бизнес-консультирование и наставничество в части организации процесса предоставления услуг, расчета стоимости услуг, оценки рисков и определения маркетинговой стратегии.
- Юридическое консультирование.
- Предоставление оборудованных рабочих мест.
- Доступ к сети контактов, консультациям экспертов отрасли.
- Экспертный консалтинг (командой проекта с привлечением внешних экспертов), включая распространение лучшего опыта оказания социальных услуг.
- Образовательная программа (лекции, мастер-классы, семинары, стажировки).
- Консультации юристов и/или специалистов по бухгалтерской отчетности.
- Построение индивидуальной траектории развития.

Организация подготовки выездного Мобильного консультационного центра:

В ходе подготовки выездов необходимо:

- провести оценку образовательных потребностей специалистов СОНКО, муниципальных образований (через опросы в соответствующих адресных рассылках, через анализ тематики обращений специалистов СОНКО за консультациями в Центр ГРАНИ, через проведение консультаций с сотрудниками администраций муниципальных образований).
- под выявленные запросы сформировать команду специалистов: юриста, психолога, маркетолога, организатора волонтерских программ, специалистов в сфере закупок, получения доступа к бюджетным средствам и участия СОНКО в предоставлении услуг в социальной сфере.
- составить программу работы Мобильного консультационного центра и выбрать соответствующее помещение, которое включает в себя: необходимое оборудование, возможность параллельной работы в нескольких аудиториях, возможность разделить проведение групповых и индивидуальных консультаций, а также организовать легкое питание для участников и раздачу методических материалов по темам консультаций.
- организовать распространение информации о проведении в муниципалитете Мобильного консультационного центра для СОНКО для набора участников.

Организация работы выездного Мобильного консультационного центра:

- Работа Мобильного консультационного центра организуется в формате последовательного проведения групповых консультаций и параллельного проведения индивидуальных консультаций.

- Каждый из специалистов в течение 30 минут предоставляет основные проблемные вопросы, которые обычно возникают в соответствующей сфере деятельности, и дает основные рекомендации, а также отвечает на вопросы участников. Участники встречи получают возможность задавать уточняющие вопросы в индивидуальном режиме.
- Каждому эксперту-консультанту выездного Мобильного консультационного центра предоставляется рабочее место для проведения индивидуальных консультаций, компьютер с доступом к сети Интернет, а также возможность распечатки документов.

Пример организации работы выездного Мобильного консультационного центра:

Технология «Мобильного консультационного центра, бизнес-инкубатора» была неоднократно опробована Центром ГРАНИ в рамках организации консультационного сопровождения участников различных проектов, направленных на поддержку СОНКО – поставщиков услуг в социальной сфере.

В частности, были организованы групповые консультации (включая передачу уже имеющегося лучшего опыта оказания социальных услуг) по следующим темам:

- «Как начать предоставлять услуги в социальной сфере»
- «Как НКО получить доступ к бюджетным средствам»
- «Защита прав получателей социальных услуг: актуальные требования законодательства»
- «Как мотивировать волонтеров и организовать их работу»
- «Как НКО принять участие в закупках для государственных и муниципальных нужд»
- «Коммуникации в деятельности НКО»
- «Организация делопроизводства для НКО»
- «Как организовать профилактику выгорания сотрудников НКО»

Восемь экспертов-консультантов в течение 3 – 4-х часов осуществляли индивидуальные и групповые консультации для сотрудников НКО и инициативных групп. Участники получили доступ к полному пакету материалов проекта. Каждый принимал участие в групповых консультациях по перечисленным темам, более половины участников обращались за индивидуальной консультацией, в среднем к 1–2 специалистам. Возможное количество участников работы одного выездного Мобильного консультационного центра: от 20 до 50 специалистов НКО.

3. ОБЩИЙ СТАНДАРТ ПРОВЕДЕНИЯ ПУБЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОРГАНИЗАЦИИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЛУЧШИХ ПРАКТИК, МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОБМЕНУ ОПЫТОМ

- I. Массовые открытые мероприятия.
- II. Мероприятия с фиксированным количеством участников (закрытые).

I. МАССОВЫЕ ОТКРЫТЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ.

Лекция, дискуссия, дебаты, форум, презентация и т.д.

1. Выбор помещения:

- место проведения мероприятия должно быть удобным и доступным (транспортный доступ, отсутствие источников шума, наличие звукоизоляции, необходимого света, микрофонов, вентиляции);
- стоимость аренды помещения не должна превышать суммы, предусмотренной бюджетом, бронирование помещения производится не менее чем за 8-10 дней, оплата – не менее чем за 5 дней;
- при выборе помещения учитывается формат мероприятия, количество участников и время проведения мероприятия;
- в помещении обязательно должны быть работающие розетки и выключатели;
- помещение должно хорошо проветриваться и освещаться, вместе с тем, в нем должно быть предусмотрено затемнение, достаточное для показа слайдов (если в ходе мероприятия запланированы презентации);
- желательно иметь возможность (при необходимости) вывести материал на экран (с использованием проектора), распечатать текст на принтере, откопировать материалы, выйти в Интернет, позвонить по телефону;
- возможность (при необходимости) найти дежурного специалиста.

2. Определение даты проведения, информационное обеспечение и предварительная подготовка:

- за 14 дней до начала мероприятия определяется дата проведения, время начала (публичные мероприятия не планируются на раннее утро, поздний вечер и обед) и его продолжительность (желательно не превышать 2,5 часов);
- за 14 дней – определяется круг приглашаемых на мероприятие лиц и ответственных за подготовку;
- за 10 дней до начала мероприятия должен быть готов к распространению текст приглашения на мероприятие;
- за 7-10 дней до начала мероприятия вывешиваются афиши и объявления (в учреждениях, местах скопления целевых для данного мероприятия аудиторий) рассылаются приглашения по всем имеющимся источникам связи: почта, эл.почта, факс;
- за 7-10 дней до начала мероприятия информация о нем размещается на Интернет-сайте организации, в Интернет-блогах и Интернет-журналах.

- за 2-3 дня до начала необходимо обзвонить наиболее значимых для данного мероприятия приглашенных лиц (экспертов по теме, профессионалов, чиновников, депутатов, руководителей НКО, СМИ и т.д.);
- за 2-3 дня до начала мероприятия информация о его проведении распространяется в СМИ (при необходимости).

3. Подготовка помещения:

- за 30 минут до начала мероприятия в здании, где оно проводится, размещаются указатели и объявления о месте проведения мероприятия и его название; при необходимости, заранее назначенные сотрудники (активисты, волонтеры) указывают приходящим направление в зал, где будет проходить мероприятие;
- за 30 минут до начала мероприятия в помещении расставляются должным образом столы, стулья и оборудование;
- доступ в помещение обеспечивается за 15-20 минут до начала мероприятия;
- на столах основных участников мероприятия (ведущих, дискусантов) должны быть блокноты (бумага), ручки (карандаши), бутылки с питьевой водой, стаканы, салфетки;
- участники мероприятия заранее информируются о местонахождении туалетов и курительных комнат;
- необходимое оборудование (маркеры, диктофон, фотоаппарат, микрофон, экран, флип-чарт, проектор, магнитофон и т.д.) должно быть удобно расположено и заранее проверено.

4. Деятельность непосредственно на мероприятии:

- на публичном массовом мероприятии регистрация участников не проводится, считается только общее количество присутствующих (отдельная регистрация проводится лишь в том случае, когда на мероприятии раздается какая-либо печатная продукция, требующая личных подписей за получение);
- основные участники мероприятия (ведущие, дискусанты) должны иметь персональные бейджи и/или таблички на столах;
- после начала мероприятия вход в помещение контролируется кем-то из сотрудников (активистов, волонтеров) и обеспечивается соблюдение тишины вокруг помещения;
- заранее назначенные сотрудники (активисты, волонтеры) помогают ведущему мероприятия справляться с оборудованием и аппаратурой (включение/выключение микрофонов, перенос микрофона по аудитории между желающими выступить, включение/выключение света, настройка проектора, запись на диктофон или видеокамеру и т.д.).

5. Завершение мероприятия:

- если участникам раздавались какие-то анкеты, то организуется сбор заполненных экземпляров;
- в случае необходимости, заранее назначенными сотрудниками (активистами, волонтерами) проводится уборка помещения;
- объявления о проведении мероприятия и указатели отклеиваются.

6. Фиксация мероприятия и отчетность:

- на мероприятии обязательно ведется аудиозапись на цифровой диктофон (при необходимости ведется и видеозапись всего мероприятия или отдельных фрагментов) и фотосъемка;
- после проведения мероприятия аудио- и фотофайлы перемещаются в компьютер в отдельную папку, которая создается под каждое мероприятие в специально заведенной директории;
- по итогам мероприятия пишется краткая аналитическая справка, в которой должна быть отражена вся значимая информация по прошедшему мероприятию (эта информация потребуется для дальнейшей аналитики, отчетности и пр.);
- по итогам мероприятия пишется содержательный пресс-релиз, который вывешивается на сайте организации (и/или рассылается партнерам и в СМИ).

II. МЕРОПРИЯТИЯ С ФИКСИРОВАННЫМ КОЛИЧЕСТВОМ УЧАСТНИКОВ (ЗАКРЫТЫЕ).

Круглый стол, экспертная встреча, мозговой штурм, мастер-класс, тренинг и т.д.

1. Выбор помещения:

- место проведения мероприятия должно быть удобным и доступным (транспортный доступ, отсутствие источников шума, наличие звукоизоляции, необходимого света, микрофонов, вентиляции);
- стоимость аренды помещения не должна превышать суммы, предусмотренной бюджетом, бронирование помещения производится не менее чем за 8-10 дней, оплата – не менее чем за 5 дней;
- при выборе помещения учитывается формат мероприятия, количество участников и время проведения мероприятия;
- в помещении обязательно должны быть работающие розетки и выключатели;
- помещение должно хорошо проветриваться и освещаться, вместе с тем, в нем должно быть предусмотрено затемнение, достаточное для показа слайдов (если в ходе мероприятия запланированы презентации);
- желательно иметь возможность (при необходимости) вывести материал на экран (с использованием проектора), распечатать текст на принтере, откопировать материалы, выйти в Интернет, позвонить по телефону;
- возможность (при необходимости) найти дежурного специалиста.

2. Определение даты проведения, информационное обеспечение и предварительная подготовка:

- за 14 дней до начала мероприятия определяется дата проведения, время начала (публичные мероприятия не планируются на раннее утро, поздний вечер и обед) и его продолжительность (желательно не превышать 2,5 часов);
- за 14 дней – определяется круг приглашаемых на мероприятие лиц и ответственных за подготовку;
- за 10 дней до начала мероприятия должен быть готов список приглашенных лиц с координатами (Ф.И.О., организация, e-mail, телефон) и текст приглашения на мероприятие;

- за 8-10 дней до начала мероприятия должна начаться рассылка приглашений;
- за 10-12 дней до начала необходимо начать разработку пакета раздаточных материалов;
- за 2-3 дня до начала мероприятия списки участников и материалы для раздачи тиражируются на количество участников с запасом от 3 до 5 резервных раздаточных пакетов. На каждого участника мероприятия, ведущего и его помощников, оформляются персональные бейджи и/или таблички на столы;
- за 2-3 дня до начала необходимо обзвонить планируемых участников мероприятия (тех, кто не ответил на приглашение, не подтвердил своего участия или не отказался) и составить окончательный список участников;
- за 2-3 дня до начала мероприятия информация о его проведении распространяется в СМИ (при необходимости).

3. Подготовка помещения:

- за 40 минут до начала мероприятия в здании, где оно проводится, размещаются указатели и объявления о месте проведения мероприятия и его название; при необходимости, заранее назначенные сотрудники (активисты, волонтеры) указывают приходящим направление в зал, где будет проходить мероприятие;
- за 30 минут до начала мероприятия в помещении расставляются должным образом столы, стулья и оборудование;
- столы и стулья в стандартном варианте составляются буквой «П», со свободной стороны необходимо поставить небольшой стол для ведущего, там же размещается оборудование, экраны, доски и т.п.;
- доступ в помещение обеспечивается за 25-30 минут до начала мероприятия;
- на столах участников мероприятия должны быть блокноты (бумага), ручки (карандаши), бутылки с питьевой водой, стаканы, салфетки;
- если мероприятие предусматривает кофейную паузу, то выделяется специальное место (стол в уголке или отдельная комната), где размещаются чайники, чай, кофе, печенье и пр.; желательно, чтобы за организацию кофе-брейка отвечал отдельный сотрудник (активист, волонтер);
- участники мероприятия заранее информируются о местонахождении туалетов и курительных комнат;
- необходимое оборудование (маркеры, диктофон, фотоаппарат, микрофон, экран, флип-чарт, проектор, магнитофон и т.д.) должно быть удобно расположено и заранее проверено.

4. Деятельность непосредственно на мероприятии:

- регистрация участников начинается за 20-30 минут до начала мероприятия;
- раздаточные пакеты и бейджи (таблички) выдаются при регистрации;
- после начала мероприятия вход в помещение контролируется кем-то из сотрудников (активистов, волонтеров) и обеспечивается соблюдение тишины вокруг помещения;
- заранее назначенные сотрудники (активисты, волонтеры) помогают ведущему мероприятия справиться с оборудованием и аппаратурой (включение/выключение микрофонов, перенос микрофона по аудитории между желающими выступить, включение/выключение света, настройка проектора, запись на диктофон или видеокамеру и т.д.).

5. Завершение мероприятия:

- если участникам раздавались какие-то анкеты, то организуется сбор заполненных экземпляров;
- в случае необходимости заранее назначенными сотрудниками (активистами, волонтерами) проводится уборка помещения;
- объявления о проведении мероприятия и указатели отклеиваются.

6. Фиксация мероприятия и отчетность:

- на мероприятии обязательно ведется аудиозапись на цифровой диктофон (при необходимости ведется и видеозапись всего мероприятия или отдельных фрагментов) и фотосъемка;
- после проведения мероприятия аудио- и фотофайлы перемещаются в компьютер в отдельную папку, которая создается под каждое мероприятие в специально заведенной директории;
- по итогам мероприятия пишется краткая аналитическая справка, в которой должна быть отражена вся значимая информация по прошедшему мероприятию (эта информация потребуется для дальнейшей аналитики, отчетности и пр.);
- по итогам мероприятия пишется содержательный пресс-релиз, который вывешивается на сайте организации (и/или рассылается партнерам и в СМИ).

4. ЧЕК-ЛИСТ: ПОДГОТОВКА ПУБЛИЧНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

РАЗДЕЛ 1. ДАННЫЕ О МЕРОПРИЯТИИ

Фактические данные (Заполняется за 14 дней до планируемого мероприятия)	
Название проекта.	
Формат мероприятия.	
Название мероприятия.	
Место проведения.	
Дата проведения.	
Время начала и окончания.	
Есть ли соорганизаторы? Какие?	
Планируемые участники (целевая аудитория).	
Планируемое количество участников.	
Начало подготовки (дата).	

РАЗДЕЛ 2. ПОЭТАПНЫЙ ПЛАН ПОДГОТОВКИ МЕРОПРИЯТИЯ

Этап	Срок исполнения	Ответственный	Примечания
За 14 дней до мероприятия:			
Определение основного содержания и программы мероприятия.			
Начало поиска помещения под мероприятие.			
Составление сметы мероприятия.			
Составление перечня оборудования и материалов для мероприятия (Заполнить Раздел 3 «Ресурсы» данного чек-листа).			
Составление списка планируемых участников мероприятия (Заполнить Раздел 4 «Участники» данного чек-листа).			
Составление плана информирования участников и СМИ о мероприятии (Заполнить Раздел 5 «Распространение информации» данного чек-листа).			

За 7-10 дней до мероприятия:			
Подготовлен текст приглашения на мероприятие и начинается его рассылка.			
Уточняется программа мероприятия.			
Уточняется список участников мероприятия.			
Начинается разработка пакета раздаточных материалов.			
Вывешиваются афиши и объявления.			
Информация о мероприятии размещается на Интернет - сайте организации, в соответствующих группах во всех возможных социальных сетях, блогах и Интернет-журналах.			
За 2-3 дня до мероприятия:			
Производится обзвон некоторых приглашенных лиц и составляется окончательный список участников.			
Тиражируются материалы для раздачи и списки участников мероприятия, формируются раздаточные пакеты.			
Оформляются персональные бейджи и/или таблички на столы.			
Информация о проведении мероприятия распространяется в СМИ.			
За 1 день до мероприятия:			
Проверяется готовность всего оборудования и материалов (в соответствии с Разделом 3 «Ресурсы» данного чек-листа).			
Имеется уточненный список участников мероприятия (в соответствии с Разделом 4 «Участники» данного чек-листа).			
Информация о мероприятии распространена (в соответствии с Разделом 5 «Распространение информации» данного чек-листа).			
Имеется помещение для работы: арендовано на планируемые часы и проверено.			

В день проведения мероприятия:			
В здании размещаются объявления с названием мероприятия и указанием места проведения.			
В помещении расставляются столы, стулья и оборудование.			
Организуется регистрация участников мероприятия.			
Организуется аудиозапись и фотосъемка мероприятия.			
После мероприятия проводится уборка помещения (по необходимости) и отклеиваются объявления.			
После мероприятия:			
Аудио- и фотофайлы перемещаются в компьютер в соответствующую папку внутри специально заведенной директории.			
Пишется краткая аналитическая справка.			
Пишется содержательный итоговый пресс-релиз, который вывешивается на сайте организации (и/или рассылается партнерам и в СМИ). <i>Если есть возможность (и/или необходимость) с фото, видео и аудио материалами.</i>			
Проводится анализ данных анкетирования и обратной связи (если проводилось).			
Новые контакты (из списка регистрации участников) вносятся в соответствующую базу данных.			

РАЗДЕЛ 3. РЕСУРСЫ (ОБОРУДОВАНИЕ И МАТЕРИАЛЫ)

Наименование	Необходимость	Где найти/ контакты	Ответственный
Общие:			
Мебель: столы, стулья (лавки, кресла и т.д.). Кол-во:			
Фотоаппарат.			
Цифровой диктофон (один или два).			
Видеокамера.			
Микрофоны (кол-во в зависимости от формата и числа участников).			
Указка (кол-во).			

Информационные стенды и материалы. Спецификация: 1. 2. 3.			
Списки регистрации.			
Анкеты обратной связи <i>(при необходимости)</i> .			
Бутилированная вода, стаканы, салфетки.			
Мероприятие с использованием мультимедийного проектора:			
Мультимедийный проектор.			
Ноутбук.			
Программное обеспечение (какое конкретно и версия).			
Файлы: презентация в формате MicrosoftPowerPoint, фильм, аудиофайлы, фотографии и т.д. <i>(Необходимо: наименование, цифровой носитель и устройство ввода)</i>			
Экран.			
Удлинитель.			
Звуковые колонки.			
Мероприятие с использованием доски и фломастеров:			
Белая пластиковая доска.			
Фломастеры для белой доски (цвет, кол-во).			
Средство для стирания.			
Мероприятие с использованием флип-чарта, бумаги и фломастеров:			
Крепление для блокнота (флип-чарт) и скотч для вывешивания исписанных листов.			
Большой бумажный блокнот для флип-чарта (размер и кол-во листов).			
Фломастеры (кол-во).			
Мероприятие с использованием доски и мела:			
Доска.			

Мел белый (кол-во) и цветной (кол-во).			
Стираль.			
Мероприятие с раздаточным материалом:			
Подготовка материалов (электронный вид, наименование файлов, бумажный вид).			
Тиражирование (кол-во, переплет).			
Раскладка материалов в раздаточные пакеты.			
Особые принадлежности:			
Продукты: чай, кофе, печенье, и т.д. Что именно, кол-во:			
Промо-продукция: буклеты, календари, значки и т.д. Что именно, кол-во:			
Печатная продукция: газеты, журналы, книги и др. Что именно, кол-во:			
Объявления и указатели.			

РАЗДЕЛ 4. УЧАСТНИКИ МЕРОПРИЯТИЯ

Ф.И.О.	Организация и должность	Дата приглашения	Ответственный за приглашение	Примечания
Лекторы, эксперты, специалисты и т.д.:				
Ведущий (модератор) и помощники:				
Остальные участники:				
Сотрудники (активисты, волонтеры) организации:				

РАЗДЕЛ 5. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О МЕРОПРИЯТИИ

Способ распространения	Дата выполнения	Ответственный	Примечания
Персональные приглашения:			
Формирование списка приглашаемых.			
Составление текста приглашения.			
Отправка приглашений по e-mail, факсу или почтой. <i>Как средство оповещения о высылке приглашения может использоваться sms.</i>			
Обзвон наиболее значимых для данного мероприятия приглашенных лиц и тех, кто не ответил на приглашение.			
Бумажные носители: афиши, объявления, листовки:			
Подготовка материалов в электронном формате.			
Тиражирование. Кол-во:			
Составление перечня мест размещения и определение способа размещения.			
Расклейка (вывешивание) афиш, объявлений, листовок.			
Интернет источники:			
Размещение афиши (объявления) на Интернет-сайте организации.			
Размещение афиши (объявления) на Интернет-сайте партнеров.			
Размещение информации в корпоративных и личных Интернет-блогах и Интернет-журналах.			
Размещение информации на местных и тематических форумах.			
Рассылка информации о мероприятии через электронные рассылки.			

5. АНАЛИТИЧЕСКАЯ СПРАВКА О ПРОВЕДЕННОМ МЕРОПРИЯТИИ

Примечание. Аналитические справки позволят вашей организации качественно систематизировать внутреннюю информацию. Если такая справка будет заполняться на каждое проведенное мероприятие, то это значительно облегчит как подготовку последующих мероприятий, так и составление годовых (проектных) отчетов о деятельности

Место проведения.	
Дата проведения.	
Формат мероприятия.	
Название мероприятия.	
Время начала и окончания.	
Соорганизаторы мероприятия (если были).	
Общее количество участников.	
Проводилась ли регистрация?	Да Нет
Если да, то указать в конкретных цифрах состав участников:	
➤ представители СОНКО	
➤ СМИ	
➤ представители органов власти и/или органов местного самоуправления	
➤ ученые и преподаватели	
➤ иные специалисты (профессионалы)	
➤ представители бизнеса	
➤ студенты и школьники	
➤ обычные горожане и пр.	
Сколько было новых участников (тех, кто не принимает постоянного участия в реализации проекта и мероприятиях организации)? Указать количество и примерную долю в процентах от общего числа участников.	
Внутренние результаты мероприятия (результаты мероприятия для развития проекта) В том числе: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Что оно дало организации и проекту? ➤ Привлекло ли какие-то новые группы, отдельных людей к организации? Появились ли новые партнеры? ➤ Улучшились ли имидж и репутация организации? ➤ Стали ли темы, важные для вашего проекта, частью общей повестки развития вашей территории? 	

<p>Публичные (внешние) эффекты мероприятия. <i>В том числе:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Насколько мероприятие приблизило решение каких-то проблем (прояснились позиции, достигли какого-то консенсуса или компромисса и пр.)?</i> ➤ <i>Были ли по итогам публикации в СМИ?</i> 	
<p>Сколько публикаций в СМИ и/или упоминаний в социальных сетях появилось по итогам проведенного мероприятия? Как вы сами оцениваете качество этих публикаций? <i>(Приложить к аналитической справке электронный вариант публикации)</i></p>	
<p>Проводилось ли какое-то анкетирование (обратная связь) на мероприятии? Какую значимую информацию оно выявило?</p>	
<p>Дополнительная информация о мероприятии.</p>	