Проектное предложение

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | *Экспертный анализ наших средств информирования (сайт, соцсети, платформы краудфандинга и т.д.) и рекомендации для благотворительного фонда “Апрель” (Санкт.Петербург)**https://april-deti.ru/* |
| Руководитель проекта | Магдалена Алехандра Гаете Сепулведа |
| Заказчик проекта  | Проектно-учебная лаборатория «Управление репутацией в образовании» |
| Основная проектная идея/ Описание решаемой проблемы | На данный момент фонд столкнулся с двумя проблемами, тесно связанными между собой: 1) несмотря на солидный возраст, фонд мало узнаваем. Группы фонда в соцсетях демонстрируют крайне медленный прирост. 2) мы собираем меньше средств, чем нужно, для ведения проектов. Есть проект, который был запущен на средства гранта ФПГ (Фонда Президентских Грантов) - в последующие годы проект не получал грантовой поддержки, а число его участников только увеличилось. Фонд просить получить экспертный анализ их средств информирования (сайт, соцсети, платформы краудфандинга и т.д.) и рекомендации, чего им не хватает для повышения охватов. Они верят в то, что делают, но не могут заразить этим широкие массы. «Точно так же не получается пока привлечь к продвижению своей деятельность медийных персон, что также препятствует повышению узнаваемости фонда. Попытки сблизиться с узнаваемыми персонами средних охватов не принесли результатов», пишет Фонд. И добавляют, «что касается фандрайзинга, тут у нас есть четкое понимание: нам не хватает достойного визуального контента (прежде всего видеоконтента) для привлечения средств к нашим проектам. Нехватка этого контента не дает "пробиться" к бизнесу и, опять-таки, к широким массам частных жертвователей. Что касается грантовой поддержки, то она в том или ином виде присутствует в финансировании фонда каждый год (говоря о грантодающих фондах). А вот гранты от бизнеса все проходят мимо нас». В конце Апрель пишет, «Пришло время попросить помощи "со стороны", свежий взгляд на наши сложности сейчас - то, что нужно. Будем очень рады, если получится заинтересовать вас и получить содействие в разработке методологии решения наших текущих проблем. Сейчас, когда наши системные проекты набрали обороты, и дети "стоят в очереди" на участие в них, мы просто обязаны со всем справиться, чтобы не обмануть их ожидания.»Фонд объясняет их деятельность так: «Началась наша деятельность в 2005 году в качестве волонтерской помощи детским домам. По мере развития фонда стало понятно, что в помощи больше нуждается ребенок, а не учреждение. Поэтому сейчас все свое внимание мы акцентируем именно на потребностях ребёнка. Мы стараемся сохранить для него семью, если та попала в трудную жизненную ситуацию. Пытаемся расширить его кругозор и одолеть школьную программу, если он все-таки попадает в детский дом, оказываем поддержку его новым родителям, если ребенок обретает приемную семью. Для тех ребят, кто вырос и выпустился из детского дома, работает наш ресурсный центр дл] выпускников. В фонде работает 5 штатных сотрудников. Большая часть деятельности происходит с привлечением волонтеров.» |
| Цель проекта | **Повышения охватов** Фонда Апрель в социальных сетях. **экспертный анализ** средств информирования (сайт, соцсети, платформы краудфандинга и т.д.) и **рекомендации**, чего нам не хватает для повышения охватов. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | 1. Большое количество членов групп в социальных сетях.
2. Увеличение финансирования проектов Фонда Апреля.
3. Больше добровольцев
4. Больше краудфандинга
 |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | Навыки создание план действие для повышения охватов в интернете |
| Количество вакантных мест на проекте | 4 |
| Проектное задание | 1. **экспертный анализ** средств информирования (сайт, соцсети, платформы краудфандинга и т.д.) и
2. **рекомендации**, чего нам не хватает для повышения охватов.
 |
| Критерии отбора студентов (Применяются в случае большого количества заявок на проект) | Студенты 1-4 курса. Навыки создание план действие для повышения охватов в интернете |
| Сроки и график реализации проекта | Начало проекта: 15 ноября 2021Окончание проекта: 30 января 2022 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 6 |
| Количество кредитов | 3 |
| Форма итогового контроля | Отчет план действие на 3 месяца |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | Презентация отчета для НКО |
| Образовательные результаты проекта | Приобретение опыта в сфере организация работы с НКО. Наработка навыков проектной деятельности, выполнения план и стратегия развитие фандрайзинга. |
| Критерии оценивания результатов проекта | Удовлетворенность НКО |
| Рекомендуемые образовательные программы |

|  |  |
| --- | --- |
| Дизайн (Санкт-Петербург) |  |
| Международный бизнес и менеджмент (Санкт-Петербург) |  |
| Социология и социальная информатика (Санкт-Петербург) |  |
| Филология (Санкт-Петербург) |  |

Медиапроизводство и медиааналитика (Санкт-Петербург) Международный бизнес (Санкт-Петербург) Менеджмент в индустрии впечатлений (Санкт-Петербург) Русская литература в кросс-культурной и интермедиальной перспективах (Санкт-Петербург) Современный социальный анализ (Санкт-Петербург) |
|  |  |