

Хорошие
дела



УРАЛЬСКАЯ
СТАЛЬ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО РАЗРАБОТКЕ ПРОЕКТНЫХ
ЗАЯВОК НА УЧАСТИЕ
В ГРАНТОВОМ КОНКУРСЕ
«ХОРОШИЕ ДЕЛА»
АО «УРАЛЬСКАЯ СТАЛЬ»**



ПРАВИЛА УЧАСТИЯ

Подготовка и подача заявок на конкурс «Хорошие дела – 2024» осуществляются в несколько этапов:

1. подача предзаявки на сайте конкурса – описание проектной идеи
2. заполнение полной формы заявки на сайте конкурса (в случае, если ваша проектная идея победила в предварительном отборе, и вы вошли в число полуфиналистов)

Описание своей проектной идеи необходимо представить в электронном виде на сайте Конкурса хорошие-дела.рф **до 11 мая 2024 года включительно.**

Количество представленных идей от одного заявителя не ограничено.

Участие в предварительном отборе является обязательным условием участия в Конкурсе.



Проектные идеи, поданные позже срока окончания приема проектных идей, к рассмотрению не принимаются.

Заявители, не принявшие участия в отборе проектных идей, не могут подать заявку на участие в следующих этапах Конкурса.

Оценка представленных проектных идей будет осуществляться Экспертным советом по следующим критериям:

- инновационность и новизна;
- реализуемость;
- актуальность для региона.

Победители предварительного отбора — полуфиналисты Конкурса будут объявлены **15 мая** и смогут доработать свой проект и заполнить полную форму заявки **до 26 мая 2024 года включительно** на сайте Конкурса хорошие-дела.рф.

КАК ОПИСАТЬ ПРОЕКТНУЮ ИДЕЮ?

Выберите на сайте хорошие-дела.рф раздел «Подать предзаявку» и коротко (до 5000 знаков) опишите свою проектную идею, ответив на следующие вопросы:

- Какую проблему решает проект?
-

- Какова цель проекта?
-

- Кто аудитория проекта?
-

- В чем суть, идея проекта?
Как вы планируете решать указанную проблему и достигать цель?

- В чем новизна и уникальность вашей идеи?
-

- Какие результаты от реализации проекта ожидаются?
-

- Какие статьи расходов вам необходимы для реализации проекта?

КАКИЕ МЕТОДЫ МОГУТ ПОМОЧЬ ВАМ ПРИДУМАТЬ ИДЕЮ ПРОЕКТА?

1

Посмотрите, какие темы проектов поддерживаются в нашем конкурсе

2

Подумайте, в чем действительно нуждаются люди, которым вы хотите помочь вашим проектом (а еще лучше – спросите их об этом)

3

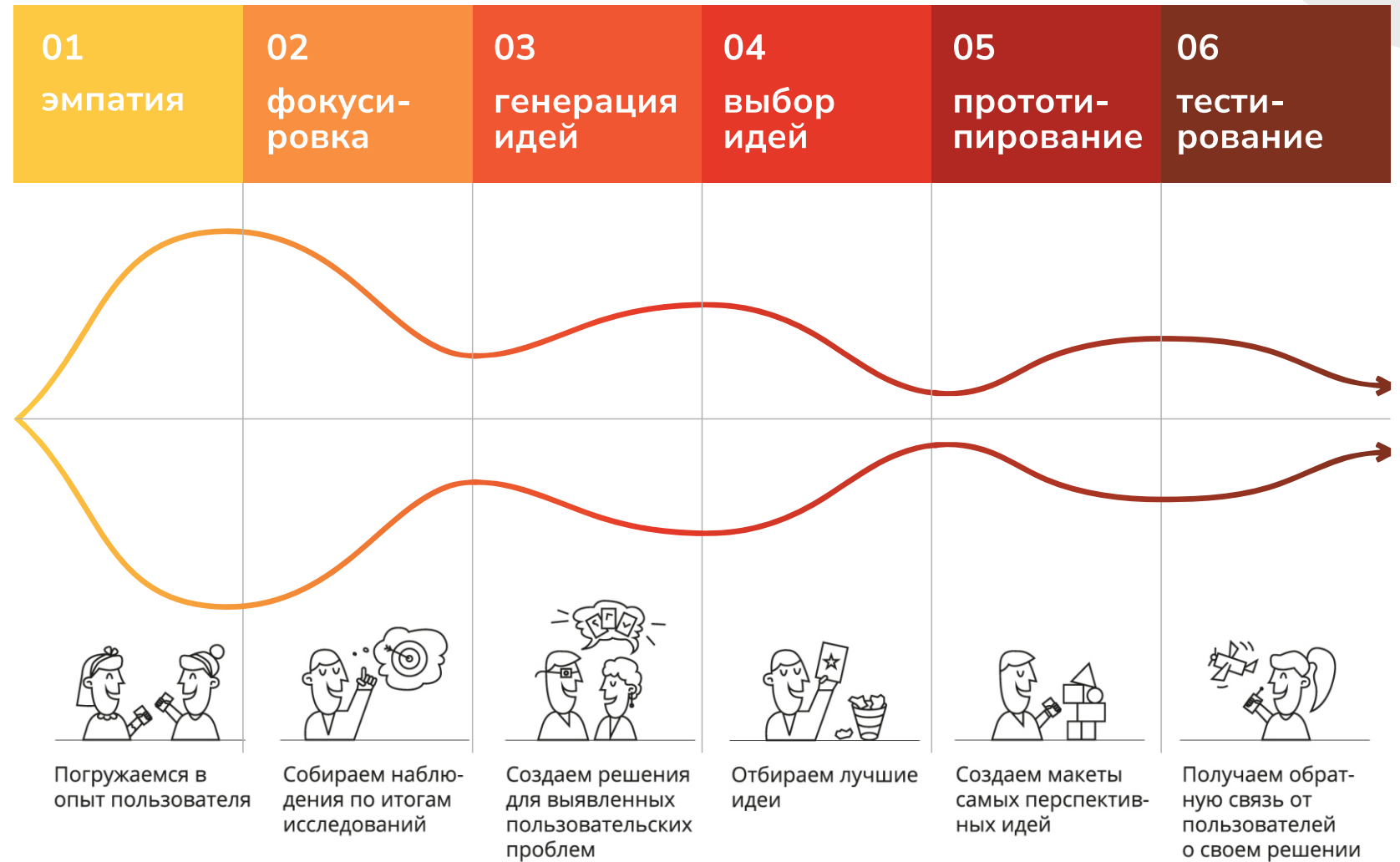
Подумайте, в чем вы сильны, что у вас получается хорошо, какие свои умения и ресурсы



МЕТОД ПЕРВЫЙ. ДИЗАЙН- МЫШЛЕНИЕ И КАРТА ЭМПАТИИ

Дизайн-мышление – это подход для креативного решения проблем, который состоит из 6 этапов.

Процесс дизайн-мышления

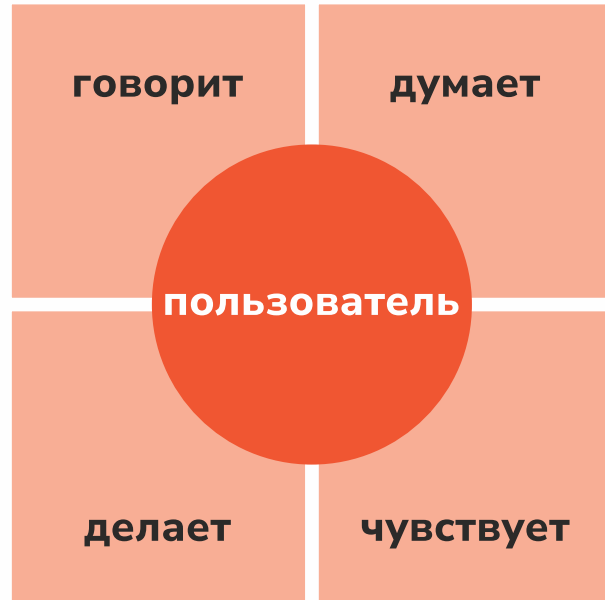


МЕТОД ПЕРВЫЙ.

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ И КАРТА ЭМПАТИИ

Для разработки идеи социального проекта рекомендуем вам использовать инструменты из первого этапа – карта эмпатии или квадрат эмпатии.

Карта эмпатии



Применимо к дизайн-мышлению, эмпатия — это первый исследовательский этап, потому что в её основе лежит наблюдение. Мы проникаем в опыт человека и проявляем эмпатию к его поступкам и действиям. Нам важно понять мотивацию и причины поведения нашего благополучателя, выявить его скрытые потребности. И, в конечном счете, придумать идею проекта, который действительно нужна благополучателям.

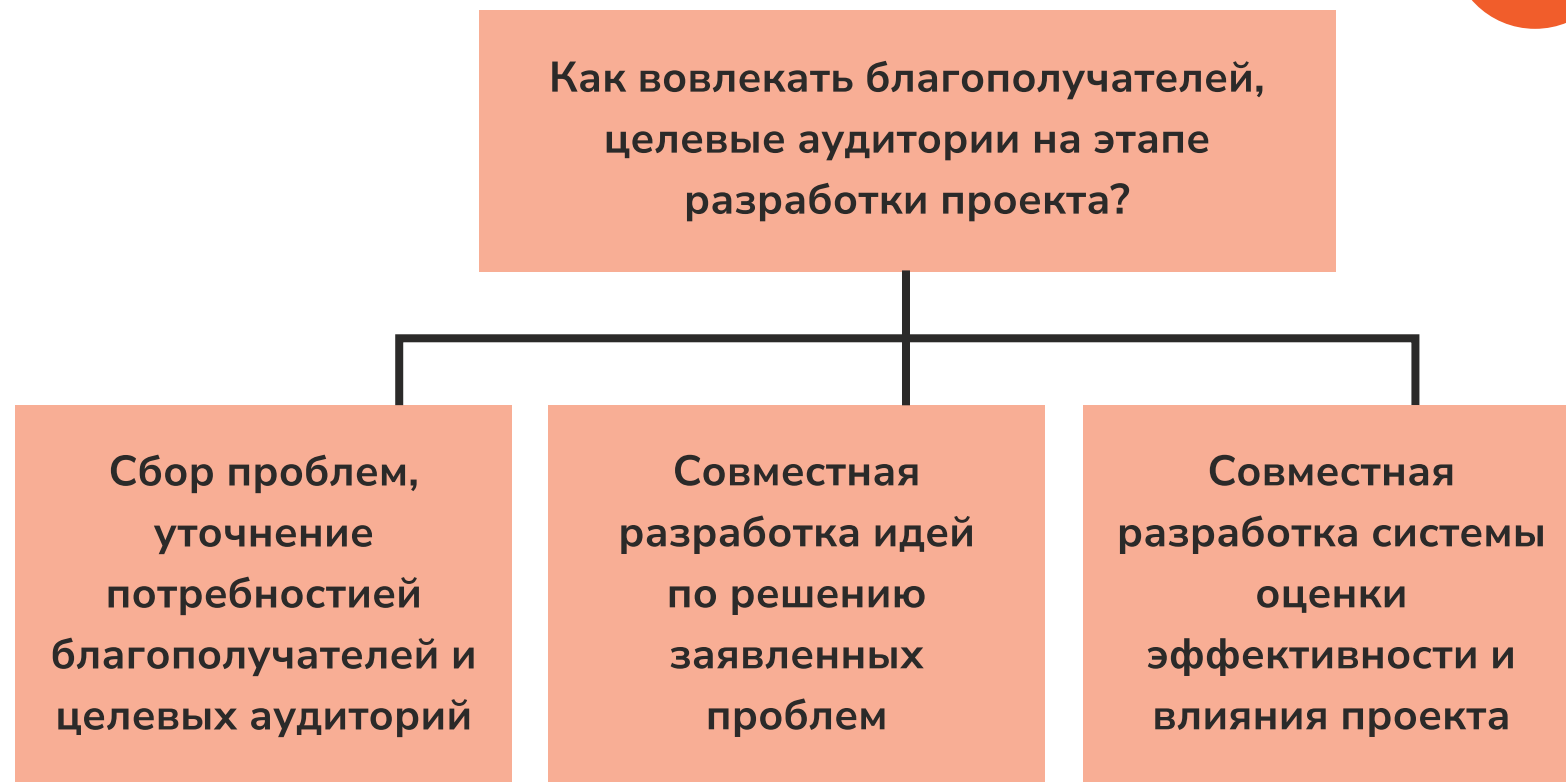
МЕТОД ВТОРОЙ.

СОУЧАСТВУЮЩЕЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Основной принцип соучаствующего проектирования – «ничего для нас без нас!».

Смысл его прост: благополучатели сами лучше знают, какая именно им необходима помощь.

Поэтому самые эффективные инициативы – те, в которых авторы знают реальные потребности и «дефициты» своих аудиторий.



МЕТОД ТРЕТИЙ. МЕТОД ПОЛЬЗЫ

Подумайте, какую пользу участники получат от вашего проекта?
Какие, например, бывают пользы?

А если попробовать совместить сразу несколько видов пользы?
Например, физиологические и экологические? Именно так был придуман плоггинг – сбор мусора во время бега. Или физиологический и благотворительный – так придумали благотворительный забег.



МЕТОД ЧЕТВЕРТЫЙ. КОМПЛЕКС МЕТОДИК SCAMPER

Методика основывается на мнении о том, что всё новое является модификацией того, что уже есть.

«SCAMPER» — это аббревиатура, где каждой буквой обозначается слово, описывающее самостоятельный способ работы с характеристиками изучаемой проблемы.



МЕТОД ПЯТЫЙ.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ ФОРМАТОВ МЕРОПРИЯТИЙ

Какие форматы мероприятий пока нечасто используются в социальных проектах?

- Аудиотур
- Гаражная распродажа
- Гонка Героев
- Дегустация
- День открытых дверей
- Квартирник
- Квест
- Квиз
- Кинопоказ
- Лаборатория
- Маскарад
- Научный слэм
- Открытый микрофон
- Пикник
- Показ мод
- Пробег, Забег
- Стендап
- Флешмоб
- Фотосушка
- Хакатон
- Экспедиция
- Ярмарка

**ЖДЕМ ИДЕИ
ВАШИХ ПРОЕКТОВ!**

**Хорошие
дела**



**УРАЛЬСКАЯ
СТАЛЬ**