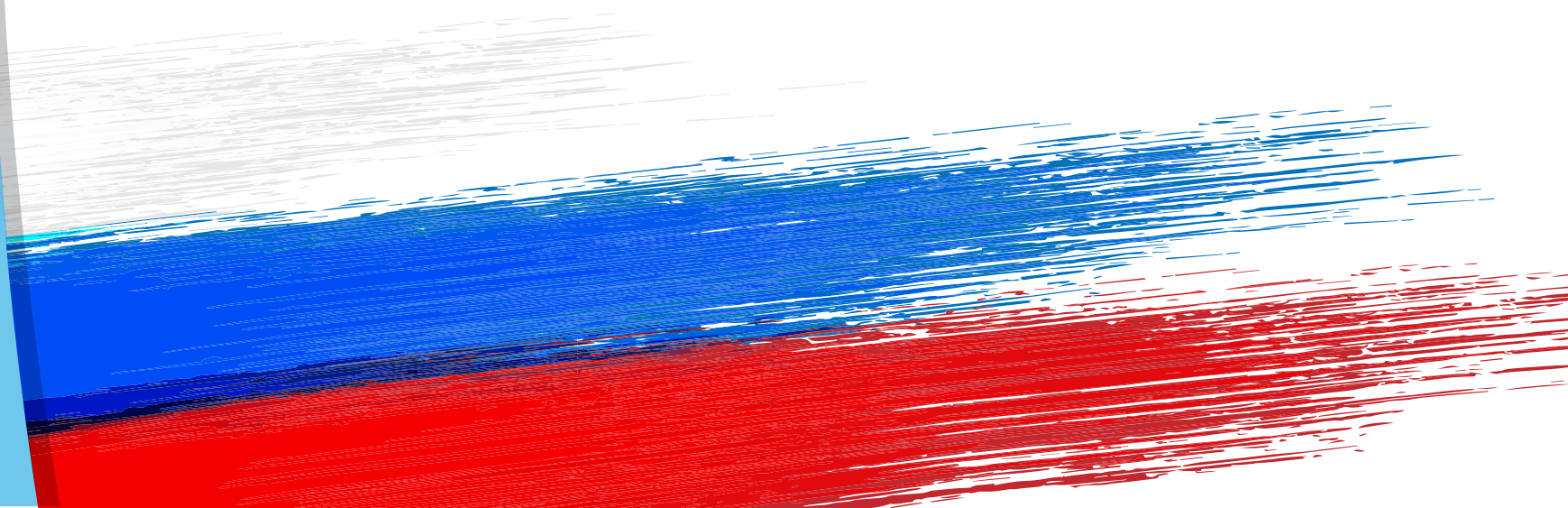
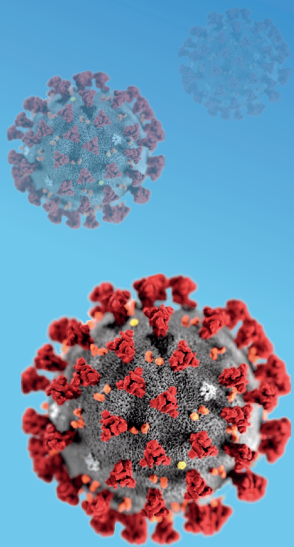


Я✓КА 2020

STOP COVID-19

**ПРОЕКТЫ ПРОФИЛАКТИКИ
НЕГАТИВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ
ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА COVID-19
(ЧАСТЬ 2)**

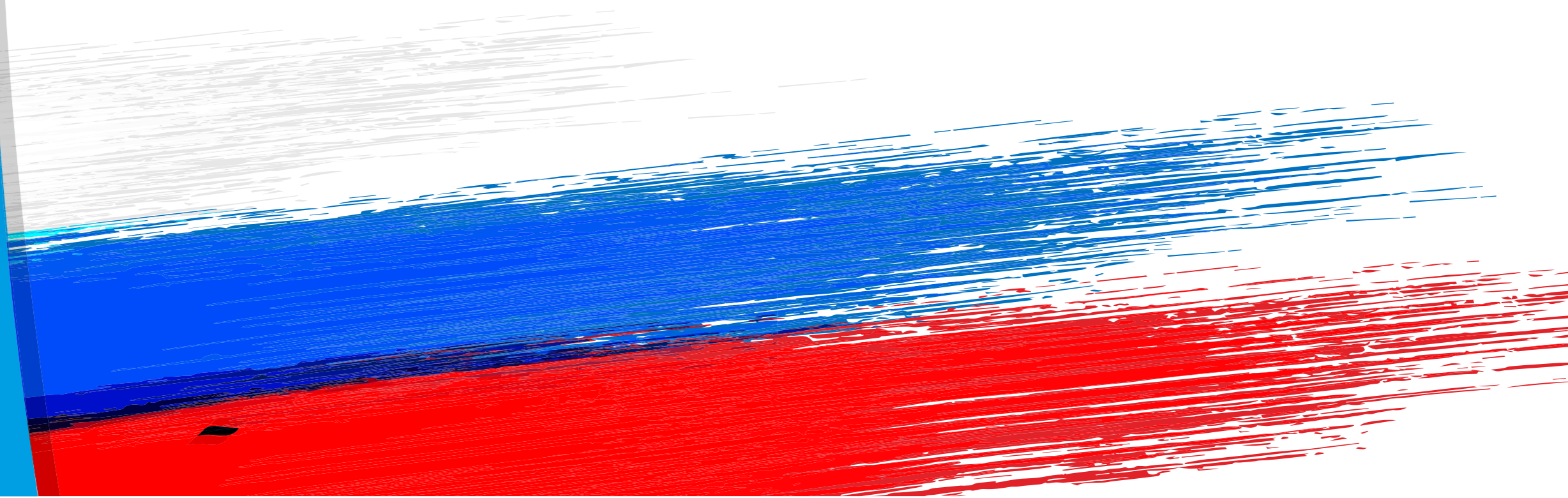
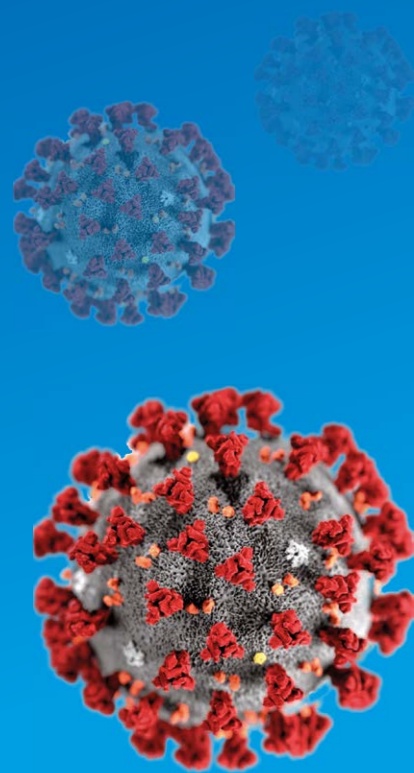


ЯВКА 2020
STOP COVID-19

ПАНДЕМИЯ КОРОНАВИРУСА

COVID-19

«ПЛАТФОРМЫ ВЗАИМОПОМОЩИ»



Жители России в трудные времена не раз объединялись и помогали друг другу бороться с общей бедой. В настоящий момент в стране активно работают волонтерские организации, оказывающие помощь нуждающимся, предприниматели, приобретающие медицинские препараты и технику. Героизм и взаимовыручка всегда были отличительной чертой нашего народа. И сейчас многие россияне готовы посвятить свое время не телевизору, а помочь другим в этот сложный период. Героем быть почетно!

Основная идея проекта запустить «воронку или марафон взаимопомощи». Создать площадку для тех, кто не хочет оставаться в стороне и готов помочь личным участием людям, которым сейчас тяжело.

★ **Цель:**

- поддержать социально уязвимые категории граждан в период пандемии коронавирусной инфекции,
- расширить перечень возможных видов помощи гражданам,
- снизить нагрузку на государственные институты,
- вовлечь граждан к защищенным активным действиям, т.е. выйти из режима четырех стен.

✔ **Задача:**

Создание в регионе площадок для взаимодействия жителей, власти, бизнес-структур, и добровольных объединений для оказания помощи нуждающимся.





Алгоритм реализации проекта

- 1.** Подбор регионального лидера (группы лиц), способного в период пандемии осуществлять руководство и координацию проекта.
- 2.** Определение ключевых, наиболее значимых для региона форм, поддержки граждан.
- 3.** Определение источников получения перечисленных форм поддержки- обращение к жителям, бизнес и предпринимательскому сообществу.
- 4.** Создание каналов сбора запросов граждан и механизма их исполнения.
- 5.** Информационное обеспечение проекта:
 - Информирование о проекте
 - Информирование о способах подачи обращений и предложений о помощи
 - Информирование о решенных запросах, обращениях с героями



Алгоритм реализации проекта

1. Подбор регионального лидера (группы лиц) способного в период пандемии осуществлять руководство и координацию проекта



Лидеры проекта - застрельщики, предпочтительно не имеющие политической окраски и обладающие практическим опытом реализации подобных проектов или близких к ним (волонтерство, благотворительность, социальные инициативы).

Важно, чтобы инициаторы проекта были близки по духу и понятны среде, к которой обратятся и будут в последующем с ней взаимодействовать.

Ключевые критерии при подборе организаторов:

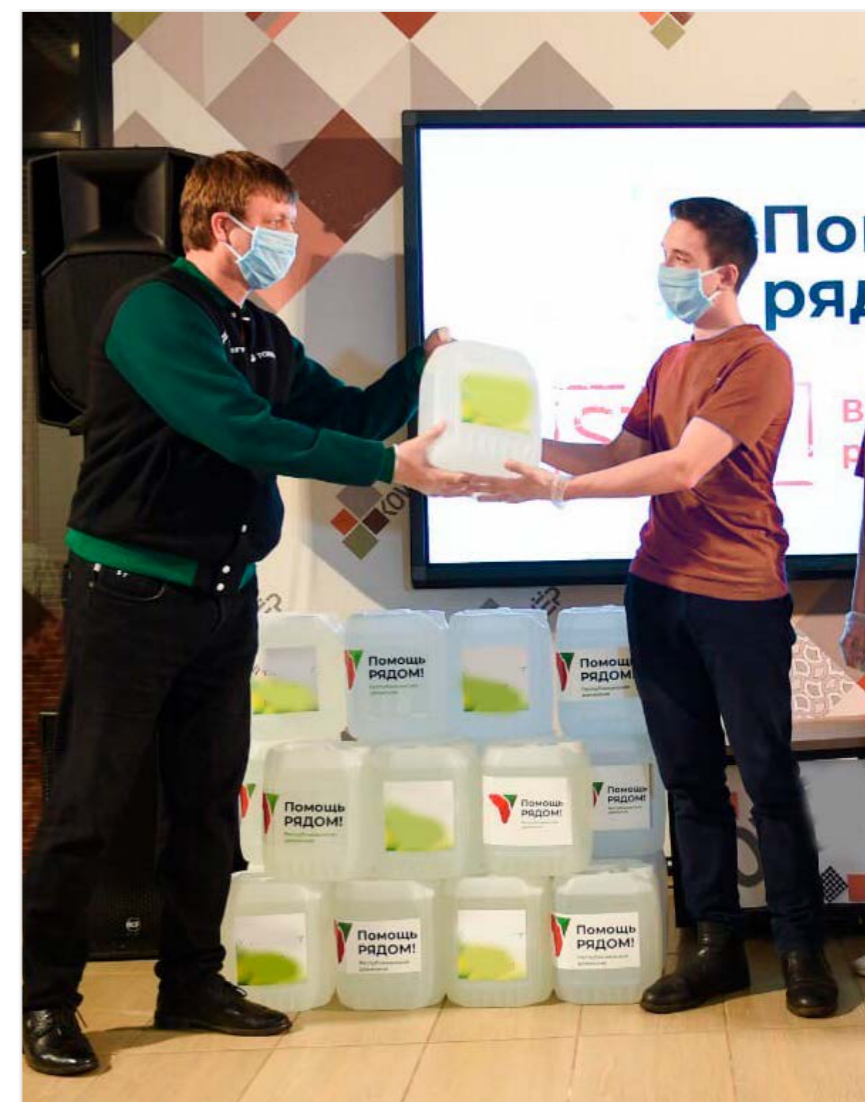
- организаторские способности,
- желание реализовать проект,
- уверенность лидеров в том, что они делают важное и правильное дело, а не являются адептами партийных властных или иных ангажированных институтов общества.

Алгоритм реализации проекта

2. Определение ключевых для региона форм поддержки граждан

В сложившихся условиях наиболее востребованными видами помощи стали:

- **Материальная** (преимущественно товары хозяйственно-бытового назначения, продукты, медикаменты);
- **Нематериальная** (услуги, как правило, по оказанию консультативной, юридической и психологической помощи, содействие в образовательном процессе);
- **Содействие трудовой занятости;**
- **Спортивные, досуговые и развлекательные проекты с использованием онлайн технологий.**



Алгоритм реализации проекта

3. Определение источников получения форм поддержки

ДЕЙСТВИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВЛАСТЕЙ

Привлечение на добровольных началах предпринимательских и бизнес структур для решения запросов нуждающихся.

Поддержка инициатив граждан, оказывающих помощь другим, формирование сигнала «Героем быть почетно!», создание преференции для тех, кто помогает (благодарность, абонемент в кинотеатр (как символ скорого выхода из режима изоляции), дисконтные карты и др.)

ФОРМЫ СОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА:

- **Материальная** предоставление услуг и материальных благ (товаров);
- **Нематериальная** (информационные услуги, содействие в образовательном процессе);
- **Предоставление рабочих мест** (преимущественно на дому).

ДЕЙСТВИЯ ЛИДЕРОВ ПРОЕКТА

С этой целью необходимо будет обратиться к региональным сообществам с предложением принять участие в проекте, а в последующем уже сформировать пул, пирамиду групп граждан, объединенных в интернет сообществах (Telegram, Instagram, Одноклассники, WhatsApp, ВКонтакте, Facebook и др.), тематических или специализирующихся на различных видах помощи.

Обращение к региональным лидерам общественного мнения с предложением принять участие в проекте для поддержки проекта личным авторитетом.

Алгоритм реализации проекта

4. Создание каналов сбора запросов и механизма реализации их исполнения

КАНАЛЫ ОБРАЩЕНИЯ НУЖДАЮЩИХСЯ:

- Через Online платформу
- Через callcenter

Online платформа может быть реализована на имеющемся ресурсе (без негативного шлейфа и политической принадлежности) или реализована посредством групп в Telegram, Instagram, Одноклассники, WhatsApp, ВКонтакте, Facebook.

Callcenter может быть создан из волонтеров. Для этого на участника проекта, предпринимателя или юридическое лицо регистрируется виртуальный номер 8800 у оператора связи, и с этого номера осуществляется переадресация на несколько мобильных номеров.

Принятые заявки размещаются на ресурсе проекта как волонтерами, принявшими заявку в callcenter'e, так и самими нуждающимися на ресурсах проекта. Принимаются не только заявки на исполнение, но и предложения о возможности оказания той или иной помощи.

Операторы платформы контролируют исполнение заявок, оказывают содействие в поиске исполнителей заявок, размещают информацию об исполнении. Для работы платформы может потребоваться юридическое сопровождение с целью обеспечения безопасности размещенных заявок и предложений.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

Определение способов доставки заявок нуждающимся.

Под логистикой в данном случае понимается не только физическая доставка заявок, но и, к примеру, связать заявителя и исполнителя для оказания помощи.



Алгоритм реализации проекта

5. Информационное обеспечение проекта

ИНФОРМИРОВАНИЕ О ПРОЕКТЕ:

- Выступление лидера(ов) проекта, региональных лидеров общественного мнения в поддержку инициативы.
- Публичное выступление регионального руководства в поддержку проекта.
- Выступление администраторов и владельцев сообществ, присоединившихся к проекту, выступление предпринимателей и представителей бизнес-структур, поддержавших проект.

ИНФОРМИРОВАНИЕ О СПОСОБАХ ПОДАЧИ ОБРАЩЕНИЙ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ О ПОМОЩИ:

- Интервью с участниками проекта – разработчиком ресурса (или создателем групп), предпринимателем обеспечившим создание callcenter'а, лидерами проекта ит.д.
- Печать и расклейка Indoor информационных материалов о проекте с перечислением ресурсов проекта, видов оказания поддержки и способах подачи заявок и предложений.
- Размещение информации в эфирных СМИ (радио и телевидение).
- Размещение материалов Outdoor на наружных конструкциях.

ИНФОРМИРОВАНИЕ О РЕШЕННЫХ ЗАПРОСАХ, ОБРАЩЕНИЯХ С ГЕРОЯМИ.

Алгоритм реализации проекта

Каналы информирования

- Волонтерская служба + курьерская служба – листовки, буклеты (прямое информирование населения);
- Indoor Рекламные конструкции в лифтах, на информационных щитах в подъездах домов, в пассажирском автотранспорте;
- Outdoor (билборды, лайтбоксы и т.д.);
- Официальные сайты органов госвласти и муниципитетов + личные страницы в соцсетях;
- Информагентства, профильные тематические порталы;
- Соцсети;
- Чаты в мессенджерах (Telegram, WhatsApp, Viber).



Эфирные и печатные СМИ

- Информационные сюжеты ТВ;
- Информационные материалы в региональных, городских и районных СМИ печатных и сетевых СМИ;
- Ролики на ТВ и радио.



Технологическая карта «Платформы взаимопомощи»

№	Содержание действий	Сроки	Действие, примечания, результат	Ответственные
1.	Принятие решения о реализации проекта на уровне субъекта.		Сообщение в проектный офис решения о реализации проекта в регионе.	Управление внутренней политики
2.	Закрепление ответственных от субъекта за реализацию проекта и взаимодействие с федеральным проектным офисом.		Сообщение в ПО фамилии и контактных данных ответственного за проект. Ответственный – не просто человек, который докладывает о проекте, но и активно участвующий в нем и обеспечивающий взаимодействие органов власти с участниками проекта.	Управление внутренней политики
3.	Определение лидеров (организаторов) проекта		<p>Лидеры проекта, предпочтительно не имеющие политической окраски и обладающие практическим опытом реализации подобных проектов или близких к ним (волонтерство, благотворительность, социальные инициативы).</p> <p>Важно, чтобы инициаторы проекта были близки по духу и понятны среде, к которой обратятся и будут в последующем взаимодействовать с ней.</p> <p><u>Ключевые критерии при подборе организаторов:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ организаторские способности, ○ желание реализовать проект ○ убежденность лидеров, в том, что они делают важное и правильное дело, а не являются лишь формальными представителями иных ангажированных институтов общества <p>Лидеры могут быть депутатами различного уровня, но должны «приниматься» , т.е не иметь отторжения в той среде, с которой будут взаимодействовать.</p>	Ответственный от регионального правительства
4.	Разработка плана реализации проекта		<p>Поэтапный план реализации проекта с указанием необходимых ресурсов и источников их появления, а также необходимых мер поддержки проекта.</p> <p>Задача не в формализации процесса, а в понимании необходимого набора действий и ресурсов на их совершение.</p>	Ответственный от регионального правительства; лидеры проекта
5.	Разработка системы стимулирования активности граждан		Разработать облако региональных хэштегов и рекламно-информационных постов акции, графических объектов.	
6.	Определить информационные ресурсы		Информационные ресурсы с обратной связью либо возможностью коммуникации между участниками. Уровень региональный, районный, поселенческий. Группы в социальных сетях, раздел на информационном портале. Реклама через СМИ, банерную рекламу в сети интернет, мессенджеры (ролики, сообщения, инфографика)	Ответственный от регионального правительства; лидеры проекта
7.	Определить организационные ресурсы		Составить региональный список организаций для включения в проект, НКО, общественные организации, сообщества в социальных сетях и т.д.	

№	Содержание действий	Сроки	Действие, примечания, результат	Ответственные
8.	Определение ключевых для региона форм поддержки граждан		<p><u>Наиболее востребованными видами помощи стали:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ материальная (преимущественно товары хозяйственно-бытового назначения, продукты, медикаменты), ○ нематериальная (услуги, как правило, по оказанию консультативной, юридической и психологической помощи, содействие в образовательном процессе), ○ содействие трудовой занятости, ○ спортивные, досуговые и развлекательные проекты с использованием онлайн технологий ○ финансовая – маршрутизация через проверенные фонды, оказывающие такую помощь (гарантом должна выступить региональная власть). Не нужно афишировать это как один из видов помощи, т.к. могут воспользоваться нечистоплотные на руку граждане. Однако необходимо иметь в виду возможность оказания такой поддержки. 	<p>Управление внутренней политики</p> <p>Содействие от штаба по противодействию коронавирусу</p> <p>Ответственный от регионального правительства;</p> <p>лидеры проекта;</p>
9.	Определение источников получения форм поддержки		<p><u>Действия региональных властей</u></p> <p>Привлечение на добровольных началах предпринимательские и бизнес-структуры для решения запросов нуждающихся.</p> <p>Интерес бизнес-структур может быть поддержан за счет предоставления льгот, преференций и др. форм поддержки.</p> <p><u>Формы содействия бизнеса</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Материальная (предоставление материальных благ (товаров)) • Нематериальная (услуги) • Предоставление рабочих мест (преимущественно на дому) • Финансовая (непосредственно деньгами) <p><u>Действия лидеров проекта</u></p> <p>Проект не сможет быть реализован только инициативной группой. Для этого помимо участия предпринимателей потребуется вовлечение сообществ региона с активной гражданской позицией. С этой целью необходимо будет обратиться к этим сообществам с предложением принять участие в проекте, а в последующем сформировать пул таких сообществ и отдельных граждан, объединенных в интернет сообществах (telegram, Instagram, одноклассники, WhatsApp, ВКонтакте, facebook и др.), тематически или специализирующихся на различных видах помощи.</p> <p><u>Совместное обращение региональных властей и лидеров проекта</u></p> <p>Обращение к региональным лидерам общественного мнения с предложением принять участие в проекте для поддержки проекта личным авторитетом.</p>	<p>Ответственный от регионального правительства;</p> <p>лидеры проекта;</p>

№	Содержание действий	Сроки	Действие, примечания, результат	Ответственные
10.	Подбор волонтеров для создания и обеспечения работы платформы		<p>Для обеспечения работы площадки марафона взаимопомощи потребуются добровольные участники:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Создатели (держатели) и/или разработчики интернет площадок для обеспечения работы платформы • (сайт) telegram, Isnstagram, одноклассники, WhatsApp, ВКонтакте, facebook • Операторы интернет площадок проекта • Операторы callcenter'а, принимающие запросы и предложения от жителей • <u>Юристы</u> • Водители, для доставки запросов • Дизайнеры • Фотографы • Райтеры • <u>Другие помощники, необходимые для реализации проекта</u> 	Лидеры проекта;
11.	Создание каналов сбора запросов и механизма реализации их исполнения		<p><u>Каналы обращения нуждающихся:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Через Online платформу • Через callcenter <p>Online платформа может быть реализована</p> <ul style="list-style-type: none"> • на имеющемся ресурсе (без негативного шлейфа и политической принадлежности) • посредством групп в telegram, Isnstagram, одноклассники, WhatsApp, ВКонтакте, facebook. • создана вновь (и это тоже может быть чей-то вклад в проект) <p>Callcenter может быть создан из волонтеров. Для этого на участника проекта, предпринимателя или на юридическое лицо регистрируется виртуальный номер 8800 у оператора связи, и с этого номера осуществляется переадресация на несколько мобильных номеров.</p> <p>Принятые заявки размещаются на ресурсе проекта как волонтерами, принявшими заявку в callcenter'е, так и самими нуждающимися на ресурсах проекта.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Нуждающийся</u> – человек, организация, которые создают заявку для выполнения дела, то есть те, которому требуется помощь. Заявка. (Нужно) • <u>Исполнитель</u> - пользователь, который помогает людям и выполняет иницируемые дела. Предложение. (Могу сделать, предложить, отдать) <p>Принимаются не только заявки на исполнение, но и предложения о возможности оказания той или иной помощи.</p> <p>Операторы платформы - контролируют исполнение заявок, оказывают содействие в поиске исполнителей заявок, размещают информацию об исполнении.</p> <p>Для работы платформы может потребоваться юридическое сопровождение с целью обеспечения безопасности размещенных заявок и предложений.</p>	Лидеры проекта

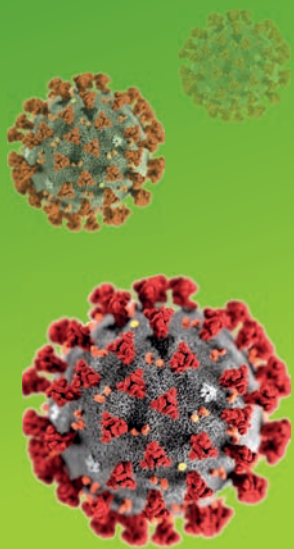
№	Содержание действий	Сроки	<u>Действие, примечания, результат</u>	Ответственные
12.	Логистические решения		<p>Разработка логистических схем. Определение способов доставки заявок нуждающимся. Под логистикой в данном случае понимается не только физическая доставка заявок, но и, к примеру, состыковать заявителя и исполнителя для оказания консультативной помощи.</p> <p>В качестве физической доставки товаров или исполнителей услуг могут выступать водители-добровольцы. Такая практика уже существует во многих регионах, например «отвези врача», в рамках которой водители добровольно доставляют врачей к месту работы</p>	<p>Ответственный от регионального правительства;</p> <p>лидеры проекта;</p>
13.	Информационное сопровождение проекта		<p><u>Определение информационных ресурсов для реализации проекта</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Волонтерская служба + курьерская служба – листовки, буклеты – прямое информирование населения • Indoor Рекламные конструкции в лифтах, на информационных щитах в подъездах домов, в пассажирском автотранспорте • Outdoor (билборды, лайтбоксы и т.д.) – • Инфоагентства, профильные тематические порталы; • Социальные сети – основные региональные и тематические группы; • Информационные каналы в Telegram и Viber, а также чаты в мессенджерах (Telegram, WhatsApp, Viber) <p><u>Эфирные и печатные СМИ</u></p> <p>Определение региональных телевизионных каналов, радиостанций, и печатных изданий – участников проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> • Информационные сюжеты ТВ; • Информационные материалы в региональных, городских и районных СМИ, печатных и сетевых СМИ, • Ролики на ТВ и радио; <p>Настройка механизма взаимодействия получения-передачи информации и размещения материалов, сюжетов и т.д.</p>	<p>Управление внутренней политики</p> <p>Ответственный от регионального правительства;</p> <p>лидеры проекта</p>
14.	Безопасность		<p><u>Обеспечение безопасности участников проекта</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Инструктажи по мерам безопасности • Наличие памятки по обеспечению личной безопасности волонтера • Наличие индивидуальных средств защиты (перчатки, маски, очки, антисептические препараты, бахилы, одноразовые шапочки и др.) 	<p>Ответственный от регионального правительства;</p>

Я✓КА 2020
STOP COVID-19

ПАНДЕМИЯ КОРОНАВИРУСА

COVID-19

«АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ»



★ **Цель проекта:**

- **Вовлечение пенсионеров в группы в социальных сетях для повышения лояльности и наращивания базы подписчиков, с помощью полезного тематического контента, для последующей мягкой мобилизации.**





Задачи проекта:

1. Снять ощущение преимущественно запретительного характера действий со стороны федеральных и региональных властей.
2. Привлечь пенсионеров в группы в социальных сетях по теме интересного и полезного досуга.
3. Привлечь пенсионеров в группы с помощью онлайн занятий домашней физкультурой и ЗОЖ.
4. Привлечь пенсионеров, используя тему выхода из самоизоляции.



 **Суть проекта:**

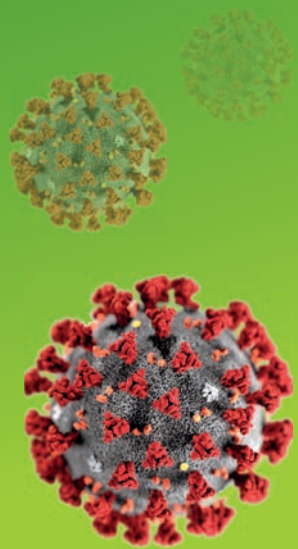


- Людям старшего возраста в интернете и СМИ предлагается интересная и полезная информация, различные формы активностей в режиме самоизоляции: полезный и интересный досуг, сохранение физической формы, укрепление иммунитета, выход из пандемии.
- Благодаря интересному контенту, люди старшего поколения будут подписываться на группы в социальных сетях для формирования базы сторонников с последующей агитации за поправки в Конституции.



Основные инструменты реализации проекта:

- Видео ролики для интернета.
- Публикации в печатных и электронных СМИ.
- Посты для социальных сетей.
- Информационные сюжеты для ТВ.
- Онлайн флешмобы.
- Онлайн челленджи.



Каналы распространения:

- Социальные сети: ВКонтакте, Одноклассники, Фейсбук, Инстаграм.
- Яндекс.Дзен.
- Интернет-СМИ.
- Печатные СМИ.
- Телевидение.



Организаторы проекта:

Специально сформированная проектная группа под управлением заместителя губернатора по внутренней политике.

СОСТАВ ГРУППЫ:

- Руководитель проекта в регионе.
- Медиаменеджер.
- СММ менеджер.
- Менеджер группы производства контента.





Технологическая карта проекта

Этапы проекта:

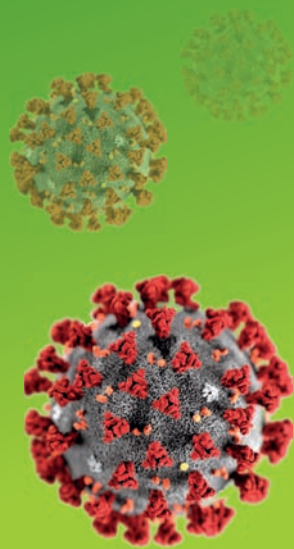
- **Организационный.**
- **Подготовительный.**
- **Основной.**
- **Агитационный.**

№	Задачи по направлениям	Действия	Сроки
1	Организационный этап		
1.1	Создать организационную структуру проекта.	Сформировать группу в составе: 1. Руководитель проекта в регионе. 2. Медиаменеджер. 3. СММ менеджер. 4. Менеджер группы производства контента.	До 22.04.2020
1.2	Организовать канал распространения контента в социальных сетях.	Выбрать и/или создать группу в социальных сетях Вконтакте, Одноклассники, Фейсбук, Инстаграм и канал в Яндекс.Дзен.	До 23.04.2020
1.3	Создать контент-план.	1. Сформировать план-график производства контента на период с 27.04.2020 по 30.06.2020. 2. Сформировать план-график размещения контента на период с 27.04.2020 по 30.06.2020.	До 25.04.2020



Технологическая карта проекта

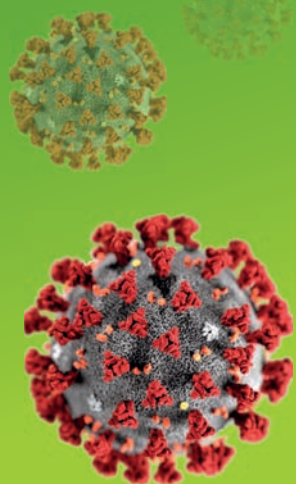
2		Подготовительный этап	
2.1	Создать контент для повышения лояльности к ограничительным действиям властей.	<p>Подготовить контент на тему: применяемые меры органов федеральной и региональной властей оправданы и необходимы.</p> <p>Изготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Видеоролики для социальных сетей до 60 сек. (Не менее пяти шт.). • Статьи для региональных печатных и электронных СМИ. (Еженедельно) • Информационные сюжеты для ТВ Каналов. (Еженедельно) 	С 27.04.2020 согласно плану-графику производства контента.
2.2	Создать контент для привлечения пенсионеров в группы в социальных сетях по теме: «Интересный и полезный досуг».	<p>Изготовить видеоролики для интернета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Видео инструкция (как зарегистрироваться в онлайн библиотеке). • Видео инструкция (как смотреть бесплатные фильмы). • Видео инструкция (как слушать бесплатные песни, концерты). • Мастер-классы по оригинальному рукоделию, кулинарии и др. 	С 27.04.2020 согласно плану-графику производства контента.
		<p>Изготовить стартовые видеоролики и рекламные материалы для:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Челленджа – «Сделай как я». • Флэшмоба – «Мои домашние питомцы» (оригинальные, смешные видео для социальных сетей). 	
2.3	Создать контент для привлечения пенсионеров в группы в социальных сетях по теме: «Занятия домашней физкультурой и ЗОЖ».	<p>Изготовить видеоролики для интернета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рекомендации врачей-гериатров. (3-5 шт.). • Мастер-классы известных спортсменов. (3-5 шт.). • Мастер-классы специалистов по оздоровительной физкультуре. (3-5 шт.). • Серия региональных роликов, каждый из которых раскрывает полезные свойства доступных продуктов, растений для повышения иммунитета. (3-5 шт.). <p>Изготовить стартовые видеоролики и рекламные материалы для:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Флешмоба: «Я самый оригинальный» (упражнения с необычными домашними спортивными «снарядами» - подлокотник дивана, табурет, шарф и др.). 	С 27.04.2020 согласно плану-графику производства контента.
2.4	Создать контент для привлечения пенсионеров в группы в социальных сетях по теме: «Жизнь после пандемии».	<p>Изготовить видеоролики для интернета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ролики по выходу из самоизоляции – советы гериатра. • Ролики по выходу из самоизоляции – советы психолога. • Ролики по выходу из самоизоляции – вирусолога-эпидемиолога. 	С 27.04.2020 согласно плану-графику производства контента.





Технологическая карта проекта

3			
Основной этап			
3.1	Повысить лояльность и органам федеральной и региональной власти.	Распространить подготовленные материалы по теме « Повышение лояльности ». Использовать Яндекс.Дзен и инструменты таргетинговой рекламы для продвижения.	С 27.04.2020 согласно плану-графику размещения контента.
3.2	Привлечь пенсионеров в группы в социальных сетях по теме интересного и полезного досуга .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выложить ролики в социальные сети по теме «Интересный и полезный досуг». Провести таргетинговую рекламу и обеспечить массовые репосты. 2. Запустить челлендж. Провести таргетинговую рекламу. Подключить «дружественных» участников для обеспечения массовости. 3. Запустить флешмоб. Провести таргетинговую рекламу. Подключить «дружественных» участников для обеспечения массовости. 4. Опубликовать ролики по теме «Интересный и полезный досуг», а также материалы по челленджу и флешмобу в Яндекс.Дзен. 	С 27.04.2020 согласно плану-графику размещения контента.
3.3	Привлечь пенсионеров в группы с помощью онлайн занятий домашней физкультурой и ЗОЖ.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выложить ролики в социальные сети по теме «Домашняя физкультура и ЗОЖ». Провести таргетинговую рекламу и обеспечить массовые репосты. 2. Запустить флешмоб. Провести таргетинговую рекламу. Подключить «дружественных» участников для обеспечения массовости. 3. Опубликовать ролики по теме «Домашняя физкультура и ЗОЖ», а также материалы по флешмобу в Яндекс.Дзен. 	С 27.04.2020 согласно плану-графику размещения контента.
3.4	Привлечь пенсионеров в группы в социальных сетях по теме: « Жизнь после пандемии ».	Выложить ролики по теме « Жизнь после пандемии » в социальные сети и Яндекс.Дзен. Провести таргетинговую рекламу и обеспечить массовые репосты.	С 27.04.2020 согласно плану-графику размещения контента.
4			
Агитационный этап			
4.1	Создать агитационный контент	Изготовить ролики и посты для социальных сетей, побуждающих к голосованию за поправки к Конституции.	За 14 дней до даты голосования.
4.2	Провести агитационную кампанию.	Выложить агитационные материалы в социальные сети. Провести таргетинговую рекламу и обеспечить массовые репосты.	За семь дней до даты голосования.





Техническое задание на производство контента

ВИДЕОРОЛИКИ

- Формат роликов: интернет.
- Продолжительность: до 60 сек.
- Съёмка: домашняя, допускается формат селфи.
- Спикеры: известные, профессиональные и яркие люди.
- Титры: обязательно.
- Брендинг: использовать стиль и название группы в которой размещается. Обязательно использовать тему ролика. В названии рекомендуется использовать следующие слова:
 - *Коронавирус.*
 - *Старшее поколение.*
 - *Долголетие.*
 - *Живите долго.*





Техническое задание на распространение контента

✓ **ЦЕЛЬ:** сформировать базу подписчиков групп в социальных сетях для последующей агитации.

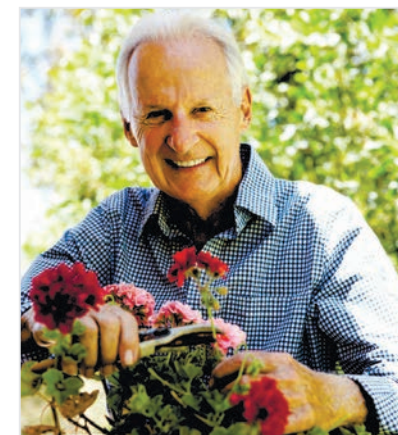
✓ **СПОСОБЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ:**

● Группы в социальных сетях

1. Выбрать или создать группу в социальных сетях Вконтакте, Одноклассники, Фейсбук и Инстаграм. Название и оформление групп должно быть одинаковым во всех социальных сетях.
2. Весь контент для социальных сетей выкладывается только в эти группы.
3. Таргетинговая реклама для следующих целевых групп:
 - a). *Общая группа. Мужчины и женщины, возраст 45+, жители региона.*
 - b). *Хобби мужчины (для тематических роликов). Мужчины 45+, жители региона, указать интересы.*
 - c). *Хобби женщины (для тематических роликов). Женщины 45+, жители региона, указать интересы.*
 - d). *Иные целевые группы исходя из контента.*
4. Репосты. Привлечь администраторов других групп для массовых репостов.

● Яндекс.Дзен

1. Создать и оформить канал.
2. Название – идентичное названию группы в социальных сетях.
3. Выкладывать ролики, текстовый и иной контент.
4. Ключевые слова. Подбирать ключевые слова по содержанию контента. Указывать регион и крупные административные центры.





Техническое задание по проведению онлайн флешмобов и челленджей:



- Записать стартовые ролики в количестве не менее 20.
- Создать контент для призыва к участию и разъясняющий суть флешмоба и челленджа.
- Присвоить проекту уникальный хештег с названием флешмоба или челленджа. Рекомендуется использовать название или цифровой код региона.
- Запустить проект в группе в социальных сетях.
- Провести таргетинговую рекламу. Организовать репосты.
- Привлечь актив общественных организаций к участию с обязательной публикацией на личных страницах в социальных сетях.



Отчетность по проекту (формы и сроки)

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"				
Состав проектной группы				
Отчет предоставить до 22.04.2020 по адресу: centrm2020@gmail.com				
Регион:		Дата составления:		
№	Должность	ФИО	Телефон	Электронная почта
1	Руководитель проекта в регионе			
2	Медиаменеджер			
3	СММ менеджер			
4	Менеджер группы производства контента			

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"							
План-график создания контента							
Дата составления:		Регион:		Ответственный:			
№	Дата создания	Тип контента (видео, статья и т.п.)	Идея или тема контента	Заголовок	Площадка для размещения	Хронометраж	Примечания
1							
2							
3							

План-график размещения контента отправляется еженедельно не позднее 12.00 пятницы по адресу: centrm2020@gmail.com

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"																
Еженедельный отчет о приросте аудитории и статистике активности в группах в социальных сетях и Яндекс.Дзене.																
Дата составления:			Регион:			Ответственный:										
№	Социальная сеть	Название группы	Ссылка	Количество подписчиков на 27.04.2020*	Прирост количества подписчиков за 7 дней	Прирост количества подписчиков за весь период	Количество лайков за 7 дней	Количество лайков за весь период	Количество комментариев за 7 дней	Количество комментариев за весь период	Количество репостов за 7 дней	Количество репостов за весь период	Количество просмотров за 7 дней (для Яндекс.Дзен)	Количество просмотров за весь период (для Яндекс.Дзен)	Количество дочитываний за 7 дней (для Яндекс.Дзен)	Количество дочитываний за весь период (для Яндекс.Дзен)
1	ВК	Группа 1														
2																
3																
Итого:																

Отчет составляется и направляется еженедельно не позднее 12.00 пятницы по адресу: centrm2020@gmail.com
* Количество подписчиков на отчетную дату



Отчетность по проекту (формы и сроки)

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"							
План-график размещения контента							
Дата составления:		Регион:			Ответственный:		
№	Дата размещения	Тип контента (видео, статья и т.п.)	Идея или тема контента	Заголовок	Площадка размещения	Хронометраж	Примечания
1							
2							
3							

План-график размещения контента отправляется еженедельно не позднее 12.00 пятницы по адресу: centrm2020@gmail.com

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"				
Еженедельный отчет о размещении контента предоставить не позднее 12.00 пятницы по адресу: centrm2020@gmail.com				
№	СМИ, Социальная сеть	Название материала	Дата размещения	Ссылка
1				
2				
3				

Регион:	
Дата составления:	
Ответственный:	

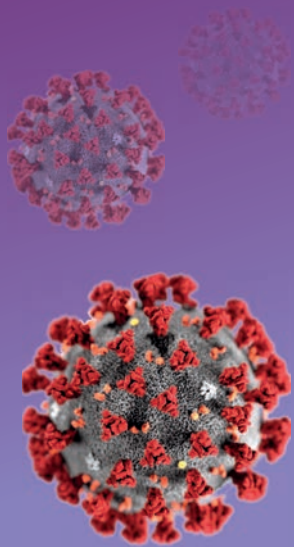
ЯЧКА 2020

STOP COVID-19

ПАНДЕМИЯ КОРОНАВИРУСА

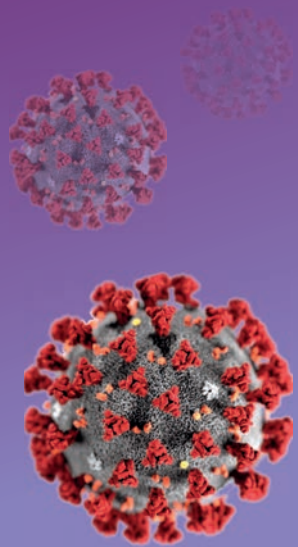
COVID-19

«УЧИМСЯ ДОМА»



★ Цели:

- Снижение социальной напряженности между родителями, детьми и педагогами возникшее из-за мгновенного перехода на дистанционное обучение.
- Содействие организации образовательного процесса с применением онлайн образовательных проектов и онлайн платформ.





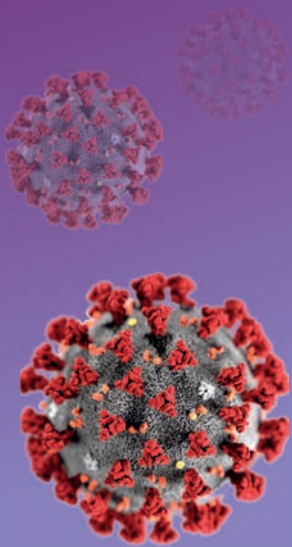
Формы и методы

- Организация движения «Цифровые волонтеры» – помощь учителям в настройке и использовании программ для обучения «лицом к лицу». Запись видеоинструктажей по настройке и возможностям программ в рамках ликвидации компьютерной неграмотности.
- Организация сбора и настройки техники для учителей и учеников, у которых отсутствуют технические возможности для дистанционного обучения.
- Запуск интересных ежедневных «единых уроков» по региональным СМИ, SMM – с выполнением домашнего задания через электронный дневник.
- Информационная поддержка проекта в СМИ и SMM для снижения напряженности и психологической усталости у родителей.
- Образовательные флэшмобы.
- Организация помощи для повышения мотивации учеников, внедрение «ученического капитала» в виде виртуальных бонусов, которые после снятия карантина можно обменять на повышение оценки по предмету в четверти или за год.
- Создание ресурса, объединяющего бесплатные онлайн программы дополнительного образования.



✓ Основные проблемы дистанционного обучения

- **Психологические:** исключение коллективных способов изучения (обмен мнениями, социальное общение) – ребенок утрачивает навыки публичных выступлений; отсутствие общения со сверстниками; тяжело держать внимание ребенка, чтобы он не отвлекался; утрачивается дисциплинирующий момент.
- **Отсутствие синхронного контакта «учитель-ученик»** - большая нагрузка на родителей, а также отсутствие обратной связи от учителя, что в последствии приводит к сложности восприятия учебного материала.
- **Отказ учителей аргументировать отметки, ссылаясь на загруженность.**
- **Технические:** зависают порталы, нет обратной связи, не у всех детей есть техника для онлайн обучения, не открываются ссылки с электронного дневника, ученик не способен самостоятельно выполнять задания, не совпадение страниц в учебниках «офлайнонлайн».
- **Только для тех, кто склонен к обучению, для остальных - проблема.**
- **Дети имеют неограниченный доступ в интернет,** при переходе по ссылкам всплывает дополнительный отвлекающий контент.
- **Здоровье:** ученики весь день вынуждены проводить у компьютера, что негативно сказывается на зрении и на осанке.



Взаимодействие с Министерством образования субъекта РФ

★ **Цель:**

- Обеспечение качественного продвижения федеральных и региональных проектов дистанционного обучения.
- Снижение напряженности и психологической усталости у родителей, учителей и детей.

Формы и методы:

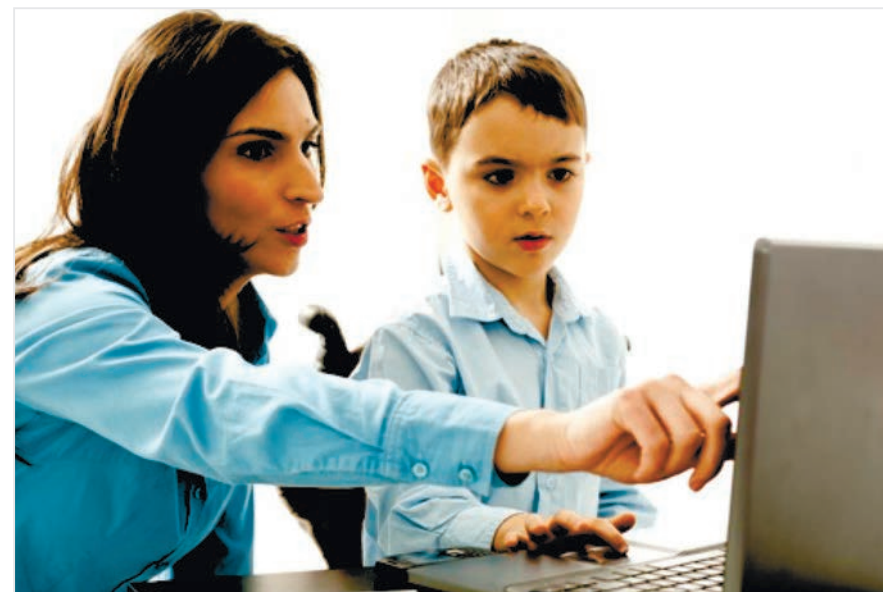
- Определение (совместно с министерством образования субъекта РФ) механизмов работы и реестра дополнительной помощи учителям, родителям и детям.
- Определение возможности и запуск ежедневных «единых уроков» по региональным СМИ, SMM.
- Повышение мотивации учеников - внедрение «ученического капитала», обмен баллов на повышение оценки по предмету в четверти или за год.
- Определение необходимости и создание (использование существующего) единого портала обмена информацией между учениками (родителями) и учителем.



Обучение «Лицом к лицу»

Родители – не учителя и учить дома – это не основная задача родителей. В большинстве своем они не имеют педагогической квалификации.

У подавляющего числа родителей и детей по ходу дистанционного обучения возникают вопросы, а, следовательно, есть потребность в ответах на сложные вопросы, которые может дать только учитель – «лицом к лицу».



Формы и методы:

- Раз в неделю учитель создает онлайн конференции с учениками и отвечает на вопросы по пройденным за неделю темам
- Использовать для этих целей существующие платформы ZOOM, skype и др. платформы, для изучения основных блоков учебного процесса,
- Помощь в ликвидации технических проблем по использованию данных платформ и психологических - не способность учителей пожилого возраста проводить подобные уроки.

«Цифровые волонтёры»

★ **Цель:**

Обеспечение волонтерской помощи учителям, родителям и ученикам по проблемам связанными с переходом на дистанционное образование



Формы и методы:

- Помочь учителям в настройке и использовании программ для обучения «лицом к лицу»
- Помогичутьсядома.рф – решение проблем дистанционного образования школьников за счет безвозмездной передачи устройств и обеспечения доступа к интернету
- Ликвидация компьютерной неграмотности – запись видео-инструктажей по настройке и возможностях программ в рамках обучения «лицом к лицу»



**ЦИФРОВОЙ
ВОЛОНТЕР**

Мотивация учеников

★ Цель:

Сформировать систему поощрений за просмотр уроков, за внимательность.

Формы и методы:

- Внедрение «ученического капитала» в виде виртуальных бонусов, которые после снятия карантина можно обменять на повышение оценки по предмету в четверти или за год.



Пример начисления баллов и обмена на повышение оценки: ученик смотрит ежедневный единый урок по телевизору по предмету география, учитель географии дает задание на внимательность – ответить на 5-10 вопросов по теме данного урока через электронный дневник, ученик отвечает на вопросы, учитель оценивает ответы и учитывает, как дополнительные баллы к итоговой оценке.

Информационная поддержка проекта

★ Цель:

Снижение напряженности и психологической усталости у родителей, учителей и детей. Повышение уровня доверия к дистанционному образованию, вовлечение потенциальных партнеров в сфере образования.



Формы и методы:

- Обеспечение информационной поддержки проекта на площадках региональных СМИ и SMM;
- Создание ресурса, объединяющего бесплатные онлайн программы дополнительного образования;
- Публикация на ресурсах региона видео уроков для детей (для усвоения материала) и учителей (для ликвидации компьютерной неграмотности);
- Запуск ежедневных «единых уроков» по региональным СМИ, SMM с участием лидеров общественного мнения или на базе существующих научных программ и сериалов на ТВ;
- Образовательные флэш-мобы в социальных сетях.



профиль



Свободная Пресса



АРГУМЕНТЫ НЕДЕЛ

ЕЖЕДНЕВНАЯ
НОВИ

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

специального технологического проекта «Учимся дома»

Цель проекта:

- Снижение социальной напряженности между родителями, детьми и педагогами возникшее из-за мгновенного перехода на дистанционное обучение.
- Содействие организации образовательного процесса с применением онлайн образовательных проектов и онлайн платформ.

Формы и методы:

- ✓ Организация движения «Цифровые волонтеры» - помощь учителям в настройке и использовании программ для обучения «лицом к лицу». Запись видео-инструктажей по настройке и возможностях программ в рамках ликвидации компьютерной неграмотности.
- ✓ Организация сбора и настройки техники для учителей и учеников, у которых отсутствуют технические возможности для дистанционного обучения.
- ✓ Создание ресурса, объединяющего бесплатные онлайн программы дополнительного образования
- ✓ Запуск интересных ежедневных «единых уроков» по региональным СМИ, SMM – с выполнением домашнего задания через электронный дневник
- ✓ Информационная поддержка проекта в СМИ и SMM для снижения напряженности и психологической усталости у родителей.
- ✓ Образовательные флэш-мобы
- ✓ Организация помощи для повышения мотивации учеников, внедрение «ученического капитала» в виде виртуальных бонусов, которые после снятия карантина можно обменять на повышение оценки по предмету в четверти или за год.

ЦА:

- Семьи с несовершеннолетними детьми, многодетные семьи
- «Герои нашего времени» - педагоги.

Механика проекта «Учимся дома»: в настоящее время есть высокий запрос со стороны участников процесса на упрощение системы дистанционного обучения, оказания технической помощи, перевода внимания с жесткого режима данного вида обучения в игровую форму. Понимаем, что очень много сделано и самими министерствами образования в субъектах РФ, и федеральным центром для перехода на дистанционное образование. Вмешиваться в налаженный процесс было бы губительно, поэтому основная задача – технологическая и информационная помощь в выполнении министерствами образования субъектов своих непосредственных функций.

На первом этапе необходимо сформировать организационный штаб проекта и определить основные направления деятельности по данному проекту в субъекте РФ, сформировать необходимый запрос на предоставление помощи, подготовить детальный план осуществления проекта.

На втором этапе реализация сформированных предложений силами регионального штаба (региональные СМИ, волонтеры, Министерство образования субъекта, медиа блок правительства субъекта РФ)

Планируемые результаты:

- снижение социального напряжения у всех участников процесса дистанционного обучения;
- улучшение процессов дистанционного образования, посредством обучения педагогов новым формам обучения «лицом к лицу онлайн»;
- формирование новых форм, адаптированных под реальности, дистанционного обучения;
- наращивание потенциала «учитель- герой нашего времени»
- формирования наработок для дальнейшего внедрения в существующие онлайн платформы – улучшение качества обучения онлайн

	Задачи по направлениям	Действия	Сроки
1.	Подготовительный этап		
1.1.	Утверждение проекта. Формирование организационной структуры	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Назначение куратора проекта в структуре регионального штаба ➤ Назначение ответственных за реализацию проекта в субъекте РФ (медиа блок, министерство образования, куратор волонтерских организаций т.д.) ➤ Формирование ответственных за проект в МО ➤ Формирование расширенной технологической карты и графика проекта. 	До 24 апреля
1.2.	Формирование механизмов работы и реестров участников проекта	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Разработка и утверждение механизмов работы и реестров: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Дополнительной помощи учителям, родителям и детям</i> • <i>Волонтерских организаций, включенных в проект (цифровые волонтеры)</i> • <i>Бесплатных онлайн проектов дополнительного образования</i> • <i>Организаций, готовых оказать помощь в обеспечении.</i> • <i>Видео-инструктажей по настройке и возможностям программ в рамках ликвидации компьютерной неграмотности</i> • <i>Подключение акции помогичутьсядома.рф к проекту</i> ➤ Составление реестра предлагаемых образовательных флэш-мобов ➤ Определение оператора «единых уроков» по региональным СМИ, SMM. Разработка и утверждение механизма проекта с учетом повышения мотивации учеников. 	До 24 апреля
2.	Основной этап		
2.1.	Задачи работы регионального организационного штаба проекта	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Реализация проекта в соответствии с его задачами. ➤ Взаимодействие с федеральным проектным офисом. ➤ Контроль работы и постановка задач муниципальным организационным штабам. ➤ Контроль реализации рабочих поручений. 	24 апреля -22 мая (31 мая)
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Доработка технологической карты проекта с учетом данных подготовительного этапа проекта 	До 26 апреля

2.2.	Взаимодействие с отделом образования субъекта РФ	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Реализация направлений: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Дополнительной помощи учителям, родителям и детям</i> • <i>Повышение мотивации учеников – «ученический потенциал»</i> • <i>Ежедневных «единых уроков» по региональным СМИ и SMM</i> • <i>Обучение «лицом к лицу» - еженедельные ответы на вопросы учеников в режиме онлайн (skype, zoom)</i> ➤ Создание и работа площадки обмена информацией между учениками (родителями) и учителями 	24 апреля -22 мая (31 мая)
2.3.	Волонтерские организации	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Подбор и обучение «цифровых волонтеров» в соответствии с утвержденным механизмом работы волонтерской помощи по проекту ➤ Работа волонтеров по установке программного обеспечения учителям и ученикам для обучения «лицом к лицу» ➤ Работа волонтеров по обучению родителей и учителей работе в программах обучения «лицом к лицу» ➤ Реализация акции помогиучитьсядома.рф. Риф в субъекте РФ 	24 апреля -22 мая (31 мая)
2.4.	Информационная сопровождение проекта	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Разработка медиа - плана проекта 	С 24 по 30 апреля
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Информационная поддержка проекта в СМИ и SMM для снижения напряженности и психологической усталости у родителей. ➤ Работа по направлению записи и доставки до конечного потребителя видео-инструктажей по настройке и возможностям программ в рамках ликвидации компьютерной неграмотности ➤ Создание единого ресурса и работа проекта бесплатных онлайн платформ дополнительного образования ➤ Публикация на ресурсах региона видео уроков для детей (для усвоения материала) и учителей (для ликвидации компьютерной неграмотности) ➤ Запуск ежедневных «единых уроков» по региональным СМИ, SMM с участием лидеров общественного мнения или на базе существующих научных программ и сериалов на ТВ ➤ Образовательные флэш- мобы в социальных сетях ➤ Аудит работы программы и сбор обратной связи посредством онлайн-опроса для учеников и их родителей и опроса о работе и возможных улучшениях программы для педагогов 	24 апреля -22 мая (31 мая)