

# *Тема 3. Послепроектный этап управления проектом*

**Преподаватель:**

*Маркова Анна Вячеславовна, канд. пед. наук,  
доцент кафедры педагогики ВШ ППУиФК*

**e-mail:** *studentnarfu@yandex.ru*





# Информационное сопровождение. Зачем?

В зависимости от содержания проекта информационная составляющая может выполнять как основные, так и вспомогательные функции.

Если цель проекта – способствовать изменению социального поведения (развитие инклюзивного образования, внедрение основ ЗОЖ, раздельного сбора мусора и т.д.), то первым шагом на пути к формированию социально востребованной модели поведения у целевой аудитории тоже станет информирование о том, почему существующая модель неэффективна или неприемлема.

Если проект направлен на внедрение новой социальной технологии, то целью его информационного сопровождения станет либо формирование позитивного общественно мнения в отношении новой технологии, либо лояльного отношения заинтересованных сторон (экспертов, специалистов и руководителей профильных учреждений и органов власти, потенциальных партнеров и инвесторов и т.д.), либо привлечение клиентов (потребителей социальных услуг), либо привлечение ресурсов (волонтеров, денег, производственных площадей и т.д.). Либо всего сразу.



# Информационное сопровождение.

Если проект сосредоточен на решении специфических проблем узкой целевой аудитории или конкретной локальной территории и не предусматривает массового участия в его реализации, то и информационная составляющая будет локальной, а ее целью станет обеспечение актуальной информацией максимального числа потенциальных пользователей или жителей данной территории.

Если проектом предусмотрено вовлечение широких масс населения в проектную деятельность или в отдельные проектные мероприятия, то одной из задач проекта станет разработка и реализация кампании по вовлечению населения в проектную деятельность, а целью информационного сопровождения будет показать, как проект обрастает сторонниками, как при этом они довольны тем, что присоединились к проекту, и как участие большого количества людей помогает решать конкретную социальную проблему.



# Задачи информационного сопровождения

1. **Обеспечить стабильное пребывание проекта в информационном поле.**
2. **Вызвать повышение интереса сообщества к проблеме**, на решение которой направлен проект, **лояльности общественности к методам и подходам**, которыми проект решает эту проблему, и **позитивный резонанс** в отношении достигнутых результатов.
3. **Стимулировать повышение интереса к проекту со стороны потенциальных партнеров и инвесторов.**
4. **Создать или поддержать позитивный образ организации**
5. **Поддерживать благоприятную информационную среду внутри проекта**



# Ключевые аудитории

Потенциальные участники

Потенциальные партнеры

Инвесторы

Общественность

Журналисты

Эксперты, лидеры общественного мнения



# Медиа-план и медиа-Карта

Главное в нем – логическая взаимосвязь между этапами и событиями проекта и нашей представленностью в информационном поле.

Репортаж на ТВ

Сообщение в  
блоке новостей на  
городском  
интернет-портале

Новость в  
городской газете

Информация на  
сайте

Посты и репосты  
в соцсетях



Медиакарта - это список СМИ с их основными характеристиками, имеющими значение для нас, для нашей организации и нашего проекта.

Она может выглядеть так.

СМИ	Тираж /аудитория/	Периодичность/объем суточного вещания/	Социальные рубрики, дни выхода	Редактор /ФИО, контакты/	Социальные журналисты /ФИО, контакты/	Дополнительная информация
Городская газета	5 000	ежедневно	«Городская среда» «Город – это мы»	Иванов Иван Иванович	Петров Петр Сидорова Мария	любят спорт
Городское ТВ						
Городское FM-радио						
Городской портал						



# Пресс-релизы и пост-релизы

**Пресс-релиз** чаще всего анонсирует предстоящее событие и приглашает СМИ увидеть его своими глазами и описать своими словами. Такой пресс-релиз должен возбуждать интерес, обозначать важнейшие характеристики предстоящего события, в какой-то мере (разумной, конечно) интриговать.

В пост-релизе также должны присутствовать контакты организаторов и ссылка на конкретного человека, который ответит на вопросы журналистов и даст дополнительную информацию по итогам прошедшего мероприятия.





# Информационные материалы проекта

Буклеты

Флаеры

Листовки

пригласительные билеты

Отчеты

Электронные презентации

Сборники материалов

Фото и видеоархивы



# Социальные сети и вообще Интернет

**Сайт** – наши ворота в мировое информационное пространство, разные люди в разных точках планеты могут узнавать нас и о нас, обращаясь к нашему сайту. Поэтому сайт должен работать, а значит – жить, отражая развитие организации и проекта, соответствовать требованиям времени, сохраняя свою индивидуальность, и т.д. Показателями востребованности нашего сайта будет количество посещений и число оригинальных посетителей, количество скачиваний и частота использования размещенных материалов, количество ссылок на сайт и т.д.

**Социальные сети** – стремительно развивающиеся сообщества, не стесненные географическими и языковыми границами. На сегодня это, пожалуй, самый эффективный неформальный способ распространения информации о нас и наших проектах. Наиболее популярны в России **Вконтакте**, **Facebook** и **Мой мир**, во взрослых аудиториях сохраняют свои позиции **Одноклассники**, набирает обороты **Instagram**, наращивает популярность **Twitter**, по-прежнему интересен **Живой журнал**.



# Социальная реклама и другие художественные ценности

Социальная реклама относится к некоммерческой рекламе, так как не подразумевает извлечения прибыли, а продвигает общественно значимые ценности (толерантность, равные возможности, безопасность, семья, жизнь и т.п.) и социально востребованные модели поведения (здоровый образ жизни, соблюдение правил дорожного движения, ответственное родительство, участие в благотворительности и добровольчестве и т.д.).



И в заключение – несколько не столько советов, сколько искренних пожеланий:

- Будьте смелыми! Ставьте перед собой самые амбициозные задачи и решайте их!
- Не бойтесь ошибаться, ведь не ошибается тот, кто ничего не делает!
- Гоните прочь сомнения в собственных силах! Помните, что все необходимые ресурсы для достижения цели находятся внутри нас! Надо только их активизировать!
- Дайте свободу вашей творческой фантазии! Иногда бредовые идеи и есть то, что нам нужно.
- Учитесь у других! Вокруг нас огромное количество замечательных людей и организаций, умеющих делать обычные вещи необычными способами, находящие оригинальные решения и создающие новые тренды. Можно использовать их практики, наполняя их своим уникальным содержанием.
- Получайте удовольствие от процесса! Если то, что мы делаем, приносит нам радость и удовлетворение, то и людям от этого станет хорошо!
- Не останавливайтесь! Это главный принцип информирования! Начав рассказывать о себе и своем проекте, продолжайте, и сама жизнь подскажет новые повороты сюжета.

**Спасибо за внимание!**

