

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Волхонов Михаил Станиславович
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.02.2025 17:12:26
Уникальный программный ключ:
40a6db1879d6a9ee29ec8e0ffb2f95e4614a0998

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ
ФГБОУ ВО КОСТРОМСКАЯ ГСХА

Кафедра философии, истории и социально-гуманитарных дисциплин

ЭКСПЕДИЦИЯ ОБУЧЕНИЯ СЛУЖЕНИЕМ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

*Для аудиторной и самостоятельной работы студентов
всех специальностей и направлений подготовки
очной, очно-заочной и заочной форм обучения*

КАРАБАЕВО
Костромская ГСХА
2025

УДК 355.233.231.1
ББК 68.491(2Рос)
Э 41

Составители: сотрудники кафедры философии, истории и социально-гуманитарных дисциплин Костромской ГСХА канд. филос. наук, д-р филос. наук, доцент, профессор кафедры *С.В. Ковалева*, канд. филос. наук, доцент, доцент кафедры *Д.Х. Шишков*.

Рецензент: канд. филос. наук, доцент, член Союза архитекторов России, заведующий кафедрой архитектуры и изобразительных дисциплин Костромской ГСХА *И.М. Фатеева*.

Рекомендовано методической комиссией факультета агробизнеса в качестве учебно-методического пособия для аудиторной и самостоятельной работы студентов всех специальностей и направлений подготовки очной, очно-заочной и заочной форм обучения

Э 41 **Экспедиция обучения служением** : учебно-методическое пособие / сост. С.В. Ковалева, Д.Х. Шишков. — Караваево : Костромская ГСХА, 2025. — 35 с. ; 20 см. — 100 экз. — Текст непосредственный.

Издание содержит материал, помогающий студентам получать знания по дисциплине, самостоятельно изучать темы, принимать активное участие в учебных занятиях, готовиться к контрольным испытаниям.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов всех направлений подготовки очной, заочной и очно-заочной форм обучения.

УДК 355.233.231.1
ББК 68.491(2Рос)

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	4
Тема 1. Социальное проектирование	5
Тема 2. Поиск социальной проблемы.....	8
Тема 3. Исследование целевой аудитории	12
Тема 4. Разработка проектного прототипа	21
Тема 5. Защита проекта	29
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	33

ПРЕДИСЛОВИЕ

Цель данного учебно-методического пособия по экспедиции обучения служением – помочь студентам и магистрантам в самостоятельной работе над материалами изучаемой темы, лучше подготовиться к лекционным и семинарским занятиям, углубить и закрепить знания, уяснить те вопросы, которые не всегда усваиваются в ходе индивидуальной работы. В совместном обсуждении проблема высвечивается более ярко, всесторонне, выявляются все вопросы, в том числе и те, в которых студент не разобрался самостоятельно.

На семинаре учатся выступать, самостоятельно размышлять, выделять главное, философски осмысливать ту или иную проблему, выражать её кратко, обобщённо, но в то же время учатся обнаруживать как можно больше проявлений обсуждаемой проблемы. Следует подчеркнуть, что краткость, как всем известно, является сестрой таланта лишь тогда, когда она объемлет собой многое, а именно этому и способствуют семинары по экспедиции обучения служением. На семинаре приобретаются навыки ораторского искусства, полемики, оппонирования выступлению других, вырабатывается умение и волевое устремление преодолеть робость публичного выступления, не прятать себя от других, смело вступать в дискуссию. Семинары дают возможность познавать себя, вырабатывать философское и историческое самосознание.

Семинарские занятия практически целиком основываются на самостоятельной работе студентов. Подготовка к семинару начинается с того, что студент знакомится с темой и краткими теоретическими сведениями по теме. Далее студент осуществляет ознакомление с рекомендованной обязательной литературой и начинает работу над лекционным материалом, а также над необходимой литературой для подготовки ответов по каждому вопросу семинарского занятия. Это может быть или развернутый план, или тезисы выступления. В помощь студентам при подготовке к семинарским занятиям приведены рекомендуемые темы рефератов (докладов) по теме каждого семинарского занятия. Вся эта самостоятельная работа будет способствовать более глубокому, серьезному и основательному усвоению курса экспедиции обучения служением.

Тема 1. Социальное проектирование

План

1. Социальное проектирование, его цели, целевая аудитория, возможные результаты.
2. Проектная деятельность и ее этапы,

Краткие теоретические сведения

1. Социальное проектирование в России: как это работает

Люди чувствуют себя лучше там, где о них заботятся, – это действует и на уровне государства. Но законодательно сложно охватить все сферы разом. Поэтому, чтобы помогать, придумали социальные проекты. Рассказываем, что это такое.

- Социальное проектирование — что это
- В чем особенность социальных проектов
- Этапы социального проектирования
- Условия разработки, которым должен соответствовать социальный проект

Социальное проектирование – что это

Это проект, который поможет улучшить жизнь общества. У него есть команда, бюджет, территория, где он реализуется, запланированный результат и сроки:

- короткие — 1–2 года;
- средние — 3–5 лет;
- длительные — 10–15 лет.

Занимаются социальными проектами волонтеры, разные организации (например, НКО — некоммерческие организации), социнституты. В общем все, кто неравнодушен к обществу и людям и хочет чем-то помочь.

Глобально соцпроекты реализуются на средства правительства, а если быть точнее — на них выделяют **гранты**. Но важно понимать, что выигранные деньги нельзя поделить между участниками — их можно использовать только на реализацию задумки. А еще нужно будет отчитаться за все в налоговую и Минфин.

В чем особенность социальных проектов

Главное их отличие от любых других — направленность: они обязательно должны приносить пользу. Это могут быть инициативы по строительству социального жилья, организации бесплатной медицинской помощи, лекции, мастер-классы, кружки и так далее.

Проекты охватывают различные сферы жизни:

- помогают нуждающимся (инвалидам, сиротам, пенсионерам и т.д.);
- сохраняют культурное наследие;
- решают региональные и местные проблемы.

Их активно поддерживают НКО и даже бизнес – покупают материалы, оборудование и оказывают любую другую помощь, которая им полезна. Авторы инициатив также могут получать деньги из пожертвований или членских взносов.

Главное отличие таких проектов в том, что они делаются не ради наживы, а для пользы окружающих. Однако отчитываться о проделанной работе все равно нужно.

2. Этапы социального проектирования

Сначала появляется идея. Например, вы каждый день проходите мимо старой полуразрушенной спортивной площадки, на которой занимается группа людей с ограниченными возможностями. Они делают самые простые упражнения, потому что турники не позволяют им разгуляться.

Вы любите работать руками и что-то строить, а еще у вас есть такие же инициативные друзья. Так появляется задумка обустроить подходящую спортивную площадку.

У любого социального проекта есть структура. Чтобы запустить кампанию, которая поможет людям, нужно все продумать.

1. Определить проблемы и понять их масштаб, чтобы детально описать в заявке, какие именно задачи будет решать идея.

2. Придумать название, план и прописать конкретные шаги на пути к цели, ожидаемые результаты.

3. Посчитать примерные расходы.

4. Указать всех участников.

5. Разработать документацию. Обязательно получите необходимые разрешения и лицензии. Например, вы решили построить экстрим-площадку, чтобы дети могли кататься на роликах, скейтбордах и велосипедах в безопасном месте.

Пример оформления смотрите на [сайте Минюста](#). Стоимость госпошлины за регистрацию проекта — 4000 рублей.

После того как вы сделали все вышеописанное, дождитесь финансирования. Вы можете выиграть грант или не терять время и дать объявление в социальных сетях, что ищете деньги на проект. Нравящиеся граждане и компании помогут в реализации задуманного. Кстати, подобным образом появился соцпроект «[Точка опоры](#)».

Условия разработки, которым должен соответствовать социальный проект
Пройдемся по основным этапам:

1. Изучите проблему.

Определите, кто будет вашей целевой аудиторией (ЦА), кому поможет проект и где вы будете его реализовывать. Это может быть поселок, город или район.

2. Сформулируйте цель.

На примере облагораживания городской среды можно описать, какие проблемы решает социальный проект, чтобы доказать его пользу обществу. В данном случае — увеличение зеленой зоны поможет очистить воздух, а еще создаст новый парк, где смогут гулять местные жители.

3. Пропишите задачи и мероприятия проекта.

Задача — определить виды деревьев, которые можно посадить в черте города (важно учитывать, что, например, тополиный пух вызывает у многих аллергию), план высадки (по кругу, в шахматном порядке и т. д.), проходящие в земле коммуникации, составить смету и сделать запрос в администрацию для разрешения.

4. Определите необходимые ресурсы и команду.

Вам пригодится помощь квалифицированных работников: агрономов, садовников и даже просто местных жителей, у которых есть опыт в посадке растений. Также важно закупить необходимое оборудование и семена.

Как вариант, для расширения команды можно устроить общественный субботник, на котором горожане под руководством специалиста помогут засеять территорию.

5. Составьте бюджет.

Обоснуйте каждую статью расходов, как она связана с остальными мероприятиями проекта. Например, если нужно изучить качество воздуха в городе — для этого понадобится оплатить пробы и лабораторное исследование.

Может потребоваться подготовка почвы для посадки: вскопать и удобрить землю, вырвать сорняки. Значит, еще нужно будет оплатить технику и работу специалиста.

Готовый план проекта со всеми расчетами и описанными задачами можно представить на конкурс, выиграть грант и получить деньги на его реализацию. Таким образом в жизнь воплотили уже много задумок в разных **сферах**.

Например, в Петербурге давно реализуется проект **«Ночлежка»**. Он направлен на помощь бездомным и людям, попавшим в трудную жизненную ситуацию. Специалисты по социальной работе, юристы, психологи и волонтеры помогают участникам заселиться в приют или съемное жилье, восстановить документы, устроиться на работу.

Соцпроект **«Антон тут рядом»** помогает людям с расстройствами аутистического спектра (РАС) реализовать свой потенциал и интегрироваться

в общество. Специалисты проводят для участников разные мастер-классы, курируют в детских садах, школах и во время трудоустройства. В общем, оказывают всестороннюю поддержку.

Резюмируем:

- социальное проектирование направлено на улучшение качества жизни людей, в основном незащищенных слоев населения: пенсионеров, детей, многодетных семей, людей с ограниченными возможностями и т. д;
- инициативы реализуются за счет пожертвований, членских взносов, грантов;
- проекты создаются не для наживы, а для помощи людям;
- для их создания нужно выявить и изучить проблему, придумать план ее решения, описать конкретные шаги и посчитать смету, а после зарегистрировать;
- нужно регулярно отчитываться о проделанной работе в Минюст и налоговую.

Рекомендованная литература

[1]; [2]; [3]; [4]; [5]; [6].

Тема 2. Поиск социальной проблемы

План

1. Поиск социальной проблемы.
2. Командообразование.
3. Проектная мастерская

Краткие теоретические сведения

1. Социальные проблемы – это проблемы, связанные с жизнью людей в обществе. Они могут быть различными и варьироваться от страны к стране. Некоторые из них могут быть связаны с экономическими проблемами, такими как бедность и безработица, а другие могут быть связаны с проблемами здравоохранения, образования, прав человека и т.д. *Решение социальных проблем начинается с понимания, что они существуют, и желания изменить текущую ситуацию.*

Одной из главных социальных проблем в мире является бедность. Бедность – это состояние, когда люди не имеют достаточного дохода для удовлетворения своих базовых потребностей, таких как питание, жилье и одежда. Чтобы решить эту проблему, необходимо создать равные возможности для всех людей. Это можно сделать путем улучшения доступа к образованию, здравоохранению и работе. Еще одной социальной проблемой является насилие в отношении женщин. Насилие может проявляться в различных формах, таких как физическое, психологическое или сексуальное насилие. Чтобы решить эту проблему, необходимо проводить

образовательную работу, направленную на просвещение людей о том, что насилие недопустимо. Также необходимо ужесточить законы, чтобы жертвы насилия могли получить защиту и справедливость.

Еще одной социальной проблемой является отсутствие доступа к здравоохранению. В некоторых странах люди не могут получить доступ к необходимой медицинской помощи из-за высоких стоимостей или недостаточности медицинских учреждений. Чтобы решить эту проблему, необходимо улучшить доступность медицинской помощи и снизить стоимость медицинских услуг. Другой социальной проблемой является недостаток образования. В некоторых странах люди не имеют возможности получить образование из-за высоких стоимостей или недостаточности учебных заведений. Чтобы решить эту проблему, необходимо создать больше возможностей для получения образования и снизить стоимость обучения. В целом, социальные проблемы являются серьезными проблемами, которые нужно решать. Для решения этих проблем необходимо улучшать доступность различных услуг и создавать равные возможности для всех людей. Только так можно создать справедливое общество, в котором каждый человек имеет право на достойную жизнь.

2. Формирование эффективной команды является ключевым фактором для достижения высоких результатов в бизнесе. В данной статье рассмотрим основные аспекты создания и управления командой, которые помогут создать эффективную и результативную рабочую группу. Она будет полезна предпринимателям, руководителям и всем, кто стремится создать команду, способную достичь поставленных целей.

Человек — социальное существо. Мы живём в обществе, поэтому на каждом этапе жизни нас окружают другие люди: в детском саду, школе, университете, на работе. Поэтому нас с детства учат быть частью команды.

Для создания целостного и качественного продукта недостаточно усилий одного человека. За большей частью крупных проектов стоит целая группа людей. Но каждый человек индивидуален, у него свои мотивы и цели. Для эффективной работы коллектив нужно сплотить — сформировать команду, объединённую общей идеей и нацеленную на единый результат.

Цель командообразования — не только показать сотруднику его личную роль в проекте. Команда несёт коллективную ответственность за результат, который достигается только путём слаженного взаимодействия, поддержки и взаимопомощи. Ответственность за формирование команды лежит на лидере.

При формировании и развитии команда проходит несколько стадий. Один из самых популярных методов командной динамики был сформулирован американским психологом Брюсом Такменом. Первоначальная модель включала четыре стадии развития групповых взаимоотношений:

- формирование;
- бурление;
- нормирование;
- функционирование.

Этап 1. Формирование (рабочая группа)

На первом этапе формирования коллектива участники ставят перед фактом — теперь они работают в группе. Члены коллектива:

- не знакомы друг с другом, поэтому ведут себя осторожно;
- оценивают участников коллектива;
- формируют первое поверхностное впечатление о будущих коллегах.

На данном этапе в группе нет личных взаимосвязей, а общение имеет поверхностный характер. Каждый член коллектива старается произвести впечатление на остальных, проявить себя. Лидер — единственное звено, объединяющее всех участников. На его плечи ложится управление командой.

Задачи руководителя:

создать комфортную обстановку;

- обозначить конечную цель;
- описать порядок работы;
- сформулировать критерии оценки качества выполнения поставленных задач;
- обозначить зону ответственности и роль каждого члена коллектива.

Этап 2. Бурление (псевдокоманда)

После этапа знакомства люди начинают раскрываться, проявляя характер, отстаивая свои идеи и в некоторой степени даже личные амбиции. В новой команде формируются круги единомышленников, а также могут возникать конфликты.

Лидеру будет сложно: ему придётся стать медиатором споров, подтвердить свою экспертность и отстаивать свои полномочия руководителя.

Основные задачи лидера:

- наладить конструктивный обмен мнениями;
- сглаживать конфликты;
- искать точки соприкосновения.

Этап 3. Нормирование (потенциальная и реальная команда)

После того как каждый показал себя и проверил лидера на прочность, люди принимают концепцию коллективной работы. Они разрабатывают собственные нормы общения, а также правила взаимодействия внутри коллектива. Члены команды проявляют большую эмпатию друг к другу,

стараятся вести себя более доброжелательно. Появляется командный дух и следование общим идеалам.

Руководителю нужно активно участвовать в разработке новых правил поведения и помочь команде сформировать удобный механизм взаимодействия. Разработанный «устав» должен сочетать интересы всех членов коллектива, а также способствовать достижению общей цели.

Этап 4. Функционирование (высокопроизводительная команда)

Когда все участники команды договорились между собой, она может начать успешно функционировать. Высокий уровень сплочённости коллектива обеспечивает готовность каждого из его участников оказывать поддержку и помощь коллегам ради скорейшего достижения общего блага.

Члены группы становятся более лояльными друг к другу, между ними зарождаются более доверительные, личные взаимоотношения. На этом этапе достигается пик продуктивности команды. Участники коллектива способны самостоятельно (без вмешательства руководителя) проявлять гибкость, подстраиваться друг под друга. Они готовы делиться профессиональными знаниями и перенимать опыт коллег.

На этапе самостоятельной работы команды лидер получает роль наблюдателя. Он тщательно следит за обстановкой в коллективе, оценивает качество работы, даёт обратную связь. Важно поощрять созидательные инициативы, поддерживать сплочённость группы.

При возникновении спорных ситуаций руководитель должен сохранять беспристрастность и уметь восстанавливать справедливость. При необходимости лидер корректирует механизмы работы коллектива, например — перераспределяет или делегирует часть обязанностей.

Этап 5. Роспуск/переформирование

После достижения поставленной цели команда переходит на этап:

- роспуска — при отсутствии на горизонте новых проектов;
- переформирования — если в команду привлекаются новые участники

Завершение командной деятельности не должно происходить молниеносно. За время работы над общим проектом люди успели привязаться друг к другу. Они могут испытывать чувство тревоги и страха перед неизвестностью. Необходимо подвести итоги работы, похвалить группу за полученные результаты, отметить вклад каждого из участников. Нужно настроить людей на дальнейшую продуктивную работу — мотивировать их на новые достижения.

Это снова ложится на плечи руководителя. На завершающем этапе сотрудничества он должен поблагодарить участников команды за работу, а также минимизировать болезненность расставания. Лидер может

мотивировать участников не терять контакты друг с другом, поддерживая общение.

На каждом этапе формирования команды определяющую роль играет лидер. Ему нужен профильный опыт, профессиональные компетенции, харизма. Лидеру предстоит встать во главе коллектива, поэтому он должен обладать волевым характером и авторитетом. Не лишними будут понимание психологии и эмпатичность. Совокупность этих качеств позволит руководителю быстро сплотить команду и привести её к нужному результату.

3. Под проектной мастерской понимается, с одной стороны, зонированное открытое пространство с мобильной мебелью для возможности организации индивидуальной или групповой работы; наличие компьютерной техники для создания проекта средствами информационных и телекоммуникационных технологий и необходимой для работы канцелярии (наборов) для творчества. С другой стороны, проектная мастерская – это лаборатория по выявлению и реализации интересных идей студентов, способствующих повышению качества образования.

Рекомендованная литература

[1]; [2]; [3]; [4]; [5]; [6].

Тема 3. Исследование целевой аудитории

План

1. Выбор метода исследования целевой аудитории.
2. Проведение исследования целевой аудитории.
3. Обработка результатов исследования и формулирование выводов.

Краткие теоретические сведения

1. Целевая аудитория социального проекта может значительно различаться в зависимости от его целей, миссии и сферы деятельности. Ниже приведены некоторые общие категории целевой аудитории для различных типов социальных проектов:

1. **Дети и молодежь:** Дети и подростки могут быть целевой аудиторией проектов, направленных на образование, развитие, поддержку, борьбу с насилием или детскими болезнями.

2. **Взрослые и семьи:** Взрослые, включая родителей и семьи, могут быть заинтересованы в проектах, связанных с здоровьем, воспитанием детей, улучшением жизни в обществе.

3. **Вузовская и студенческая аудитория:** Социальные проекты для студентов могут включать в себя мероприятия по образованию, карьерному развитию, активизму и поддержке молодежи.

4. **Местные сообщества:** Проекты, нацеленные на улучшение жизни в определенном районе или городе, могут привлекать жителей, бизнесы и организации этой области.

5. **Волонтеры и активисты:** Социальные проекты, основанные на волонтерской деятельности и активизме, могут привлекать людей, готовых внести вклад в общество.

6. **Уязвимые группы:** Могут быть проекты, ориентированные на поддержку уязвимых групп, таких как бездомные, инвалиды, беженцы, пожилые люди и другие.

7. **Экологическая аудитория:** Социальные проекты, направленные на охрану окружающей среды и устойчивое развитие, могут привлекать экологически осознанных людей.

8. **Бизнес и предприниматели:** Проекты, способствующие корпоративной социальной ответственности, могут заинтересовать бизнесы и предпринимателей.

9. **Социально активные группы:** В зависимости от конкретной темы проекта, целевой аудиторией могут быть группы, активно борющиеся за конкретные права и интересы.

10. **Образовательные и научные учреждения:** Проекты, связанные с исследованиями, образованием и популяризацией знаний, могут привлечь ученых и образовательные учреждения.

Важно адаптировать стратегию и коммуникацию проекта под интересы, потребности и ценности выбранной целевой аудитории, чтобы достичь наилучших результатов.

Сегментация целевой аудитории социального проекта

1. Дети и подростки:

- Возраст 6-18 лет
- Образовательные потребности
- Забота о здоровье и развитии
- Профилактика насилия и буллинга

2. Молодые взрослые и студенты:

- Возраст 18-30 лет
- Карьерные и образовательные перспективы
- Саморазвитие и активизм
- Социальная ответственность

3. Семьи и родители:

- Возраст 25-45 лет
- Воспитание детей и семейные ценности
- Забота о здоровье и безопасности детей
- Семейная поддержка

4. Местные сообщества:

- Жители определенной районной или городской территории
- Улучшение условий проживания
- Социальная инфраструктура и развитие

5. Волонтеры и активисты:

- Возраст 18 и старше
- Интерес к волонтерству и общественной деятельности
- Готовность участвовать в социальных проектах
- Социальное влияние и изменения

6. Уязвимые группы:

- Возраст и характеристики зависят от конкретной группы (бездомные, инвалиды, пожилые люди и др.)
- Поддержка, социальная помощь и интеграция
- Забота о здоровье и благополучии

7. Экологически осознанные граждане:

- Возраст 20 и старше
- Интерес к экологии и устойчивому развитию
- Участие в экологических инициативах
- Забота об окружающей среде

8. Корпоративные партнеры:

- Бизнесы и организации разных отраслей
- Корпоративная социальная ответственность
- Сотрудничество с проектами, соответствующими их ценностям

9. Активные группы и организации:

- Общественные и профессиональные группы
- Борьба за конкретные права и интересы
- Участие в акциях и кампаниях

10. Образовательные и научные учреждения:

- Ученики, студенты, преподаватели и исследователи
- Образовательные и исследовательские потребности
- Сотрудничество в области образования и науки

Сегментация позволяет более точно определить потребности и ожидания каждой группы, адаптировать стратегию проекта и эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией.

Боли целевой аудитории социального проекта

Боли целевой аудитории социального проекта могут варьироваться в зависимости от конкретной тематики проекта и характера проблемы, которую он решает. Вот некоторые общие боли, с которыми целевая аудитория социального проекта может сталкиваться:

1. **Отсутствие доступа к образованию:** Люди могут страдать от недостатка доступа к качественному образованию из-за финансовых, географических или других ограничений.

2. **Социальная изоляция:** Уязвимые группы, такие как бездомные, инвалиды или пожилые люди, могут чувствовать себя изолированными и лишенными социальной поддержки.

3. **Бедность и неравенство:** Недостаток средств для обеспечения жизни может вызывать беспокойство и стресс, особенно для семей с детьми.

4. **Физическое или психологическое здоровье:** Люди, страдающие от болезней, инвалидности или психологических проблем, могут испытывать боли, связанные с ограниченными возможностями.

5. **Отсутствие равных возможностей:** Неравенство в области гендера, расы, вероисповедания и других аспектов может вызывать недовольство и беспокойство.

6. **Насилие и дискриминация:** Люди, подвергающиеся насилию, домашнему насилию или дискриминации, могут испытывать физические и психологические боли.

7. **Экологические проблемы:** Беспокойство по поводу изменения климата, загрязнения окружающей среды и устойчивого развития может вызывать боли у тех, кто беспокоится о будущем планеты.

8. **Социальная несправедливость:** Беспокойство по поводу неравенства прав и возможностей может быть болезненным для тех, кто стремится к более справедливому обществу.

9. **Неопределенность будущего:** Неопределенность по поводу будущего, включая карьерные перспективы и экономическую стабильность, может вызывать беспокойство.

10. **Отсутствие информации и знаний:** Недостаток информации и образования может быть причиной болей и затруднений в принятии важных решений.

Учитывая эти боли, социальные проекты могут разрабатывать стратегии и решения, которые направлены на смягчение негативных последствий и улучшение качества жизни целевой аудитории.

Страхи целевой аудитории социального проекта

Страхи целевой аудитории социального проекта могут также различаться в зависимости от характера проекта и сферы его деятельности. Вот некоторые общие страхи, с которыми могут сталкиваться люди, обращающиеся за помощью к социальным проектам:

1. **Страх невозможности достижения успеха:** Люди могут беспокоиться о том, что им не удастся изменить свою ситуацию, даже при участии в социальных программах.

2. **Страх оценки окружающих:** В некоторых случаях, например, когда речь идет о помощи бедным или уязвимым группам, страх негативной оценки окружающих может останавливать людей от обращения за помощью.

3. **Страх отказа или неприемлемости:** Люди могут бояться, что их запрос на помощь будет отклонен, или считать себя недостойными получить помощь.

4. **Страх потери личной независимости:** У некоторых людей может быть страх, что принятие помощи извне подразумевает утрату личной независимости.

5. **Страх социальной изоляции:** Люди могут опасаться, что обращение за помощью может привести к социальной изоляции, потере связей или статуса.

6. **Страх негативных последствий:** Люди могут беспокоиться о возможных негативных последствиях в будущем, связанных с принятием помощи.

7. **Страх разочарования:** После опыта разочарования или недавнего неудачного опыта, люди могут страшиться еще одного неудачного пути.

8. **Страх потери конфиденциальности:** В некоторых случаях, люди могут беспокоиться о сохранении конфиденциальности своих личных данных или истории.

9. **Страх несоответствия ожиданиям:** Люди могут опасаться, что после обращения за помощью, результаты не будут соответствовать их ожиданиям.

10. **Страх потери контроля:** Участие в социальных программах иногда может вызвать страх потери контроля над своей жизнью.

Понимание этих страхов поможет социальным проектам разрабатывать подходы к общению и предоставлению помощи, которые учитывают их чувства и требования.

ТОП 10 офферов для организаторов социального проекта

10 продающих офферов для организаторов социального проекта с учетом более и страхов целевой аудитории:

1. **Персонализированная поддержка:** Предоставьте индивидуальное решение для каждого участника проекта, учитывая его боли и потребности, чтобы помочь им достичь конкретных результатов.

2. **Конфиденциальность и безопасность:** Обеспечьте абсолютную конфиденциальность данных и гарантии безопасности, чтобы устранить страхи относительно утечек информации.

3. **Создание сообщества:** Предложите создание поддерживающей и дружественной общности, где участники смогут делиться опытом, борьбой с болями и преодолением страхов.

4. **Гарантированный прогресс:** Обеспечьте измеримые результаты и успехи для каждого участника, чтобы снизить страхи невозможности достижения целей.

5. **Индивидуальный план действий:** Разработайте персонализированный план, учитывающий особенности и боли каждого участника, чтобы помочь им преодолеть препятствия.

6. **Бесплатные образовательные ресурсы:** Предложите бесплатные обучающие материалы и ресурсы, которые помогут участникам преодолеть боли, связанные с недостатком информации.

7. **Опытные наставники и психологи:** Поставьте перед участниками возможность работать с опытными профессионалами, способными помочь им справиться со страхами и болями.

8. **Гибкость и комфорт:** Предоставьте возможность выбора формата участия, а также расписания, чтобы снять страхи ограничения временем.

9. **Социальная поддержка и дружеская среда:** Создайте обстановку взаимоподдержки и понимания, где участники могут чувствовать себя комфортно и без страхов.

10. **Залог успеха:** Предложите гарантию, что ваш проект действительно поможет участникам преодолеть боли и страхи, сопутствующие их ситуации.

Каждый из этих офферов направлен на устранение болей и страхов, которые могут сдерживать потенциальных участников от участия в социальном проекте.

ТОП 10 УТП для организаторов социального проекта

10 уникальных продающих утверждений (УТП) для организаторов социального проекта, учитывая боли и страхи целевой аудитории:

1. **Индивидуальное внимание к каждому:** Мы понимаем, что каждый человек уникален, и наш проект предоставит вам персонализированную поддержку и решения.

2. **Безопасное место для роста:** В нашем сообществе вы найдете поддержку, вдохновение и конфиденциальность, которые помогут вам преодолеть боли и страхи.

3. **Прогресс, который вы видите:** Мы гарантируем, что вы будете видеть измеримые результаты и успехи, которые сделают вашу дорогу более уверенной.

4. **Лидеры с опытом:** Вас будут вести опытные наставники и психологи, которые помогут вам преодолеть страхи и боли на вашем пути.

5. **Гибкость для вашего комфорта:** Мы предоставляем гибкий график и формат участия, чтобы вы могли чувствовать себя комфортно и без лишних страхов.

6. **Сильное сообщество единомышленников:** Присоединяйтесь к нашему сообществу, где вас ждут единомышленники, готовые поддержать вас и помочь преодолеть боли.

7. **Карьерный и личностный рост:** Наш проект предлагает не только решения для справления с болями, но и возможности для личного и профессионального развития.

8. **Бесплатные образовательные ресурсы:** У нас есть ценные обучающие материалы, которые помогут вам преодолеть страхи, связанные с недостатком информации.

9. **Прозрачность и доверие:** Мы ценим вашу доверенность и предоставляем полную прозрачность в наших действиях и результатах.

10. **Бережное и дружественное окружение:** У нас вы найдете дружелюбную и заботливую атмосферу, которая поможет вам преодолеть страхи и боли на пути к успеху.

Каждый из этих УТП адресован конкретным болям и страхам целевой аудитории, помогая подчеркнуть, как ваш социальный проект способен помочь им преодолеть эти преграды.

Что важно учитывать при работе с целевой аудиторией социального проекта

При работе с целевой аудиторией социального проекта важно учитывать несколько ключевых аспектов, чтобы обеспечить эффективное взаимодействие, удовлетворение и достижение целей проекта:

1. **Слушайте и понимайте:** Активно слушайте потребности, мнения и опасения участников. Понимание их реальных болей и страхов поможет адаптировать проект для наилучшего воздействия.

2. **Персонализируйте подход:** Каждый участник уникален. Сделайте усилия, чтобы адаптировать ваше взаимодействие и решения под их потребности и особенности.

3. **Обеспечьте конфиденциальность:** Создайте доверительную среду, где участники могут чувствовать себя комфортно и безопасно делиться своим опытом, болями и страхами.

4. **Проявите эмпатию:** Показывайте искреннее понимание и сопереживание к болям и страхам участников. Эмпатический подход укрепит ваши взаимоотношения.

5. **Учите и поддерживайте:** Помимо помощи с преодолением болей и страхов, предоставляйте образовательные ресурсы и инструменты, которые помогут участникам самостоятельно развиваться.

6. **Создайте сообщество:** Формируйте сообщество единомышленников, где участники могут обмениваться опытом, поддерживать друг друга и расти вместе.

7. **Гарантируйте прозрачность:** Делитесь информацией о вашем проекте, целях, достижениях и планах. Это поможет укрепить доверие участников.

8. **Учите культурные особенности:** Если ваша аудитория разнообразна, будьте чувствительными к культурным различиям и обычаям.

9. **Адаптируйте обратную связь:** Участники могут давать обратную связь о проекте. Учитывайте их мнения и внесите коррективы, если это поможет улучшить проект.

10. **Измеряйте результаты:** Регулярно оценивайте, как проект влияет на участников. Если вы видите положительные изменения, это будет дополнительным мотиватором для всех.

Важно помнить, что целевая аудитория социального проекта – это не статическая группа, и их потребности и ожидания могут меняться со временем. Гибкость, чуткость и способность адаптироваться к изменениям помогут добиться наилучших результатов.

Количественный и качественный результат

При формировании результатов проекта создается впечатление, что тебя сейчас заставят построить что-нибудь бетонное и желательно через час. Всё не так страшно! Ведь результаты – это всего лишь подтверждение достижения цели проекта. Результаты социального проекта подразделяются на количественные и качественные результаты.

Количественный результат – цифровой показатель: количество участников публичных мероприятий, игр, акций, концертов и пр.; количество конкретных событий: концертов, уроков, проведенных игр, подготовленных творческих номеров и пр. При формировании цифровых показателей не стоит указывать всех жителей твоего населенного пункта, учеников вашей школы. Будь реалистом – оцени правильно как возможный количественный результат, так и реальный. Когда количественный результат завышен – это всегда видно и легко определить: фотографии пустого зала, публикации в местных СМИ и даже посты твоих одноклассников непременно выдадут неправду. Пусть на твоё мероприятие придет немного человек – удели им больше времени и внимания – тем самым ты получишь хорошие отзывы о проекте от его участников, которые можно будет приложить к отчету и усилить качественный результат.

Качественный результат – это положительные изменения, произошедшие в социуме по итогам реализации проекта. Например: не умели – научились, не знали – узнали, утратили – обрели, был низкий уровень знаний/умений – повысился уровень знаний/умений. Качественный результат иногда сложно понять и описать – но он непременно есть! Если на твои

мероприятия пришли люди – значит им это нужно, для них это важно, и они непременно приобретут нечто важное от посещения или участия в твоём мероприятии.

Стоит заметить, что результаты проекта должны соответствовать традиционным критериям:

Измеримые результаты – это те, которые можно посчитать.

- Адекватные – соответствующие по своему масштабу заявленной проблеме.

- Конкретные – указывающие на целевую группу, сроки, качественные и количественные характеристики предполагаемых изменений.

Рассмотрим плохой и хороший пример результатов на нашем проекте о фотовыставке в с. Ивантеевское:

ПРИМЕР ПЛОХОЙ:

Цель проекта – Оказать содействие сохранению и развитию исторической памяти в рамках празднования годовщины 75-летия Победы в Великой Отечественной Войне среди жителей села Ивантеевское через реализацию самостоятельных проектов, посвященных Победе. Целевая аудитория – молодежь и ветераны с. Ивантеевское. Ожидаемый результат: «Выставку посетит 5 000 жителей (количество жителей с. Ивантеевское). Они осознают важность празднования дня Победы». **В чем проблема?**

№1 В целевой группе проекта заявлены молодежь и ветераны, значит, именно они должны фигурировать в ожидаемых результатах.

№2 Невозможно точно понять, сколько человек посетят выставку. Исходить просто из числа жителей села – это абсолютно недостижимый результат. Измерить качественный результат – осознание важности празднования Дня Победы – также невозможно. Таким образом, ожидаемые результаты проекта неизмеримы и неконкретны.

ПРИМЕР ХОРОШИЙ:

Цель проекта – Обеспечить сохранение и формирование традиции празднования годовщины Победы в Великой Отечественной Войне в Ивантеевском, через проведение в течение 1 месяца выставки о праздновании Дня Победы в селе на протяжении 75 лет для 400 жителей и ветеранов села.

Целевая аудитория: жители и ветераны с. Ивантеевское. Ожидаемый результат: количество человек: жителей и ветеранов с. Ивантеевское, посетивших фотовыставку – 400. У посетителей фотовыставки повысился уровень знаний о причинах и традиции празднования дня Победы в с. Ивантеевское.

№1 Количественный результат в этом случае измерим и адекватен.

№2 Качественный результат конкретен и его можно измерить – путем того же анкетирования/опроса посетителей.

ЛОГИКА ПРОЕКТА

Одной из самых интересных характеристик проекта является – **ЛОГИКА!** Самый простой и хороший способ проверить твой проект на

логику – это построить дерево целей. ЗаЯндекси самостоятельно и посмотри на рисунок! Главный принцип - последовательность - одно вытекает из другого.

В качестве примера приведу интересный случай, когда Фонд Президентских Грантов выделил средства на проект «Басманные посиделки» (проект направлен на воссоздание традиции "ходить в гости" и культуры "кухонных посиделок"), очень специфический проект, тем не менее организаторы проекта смогли описать и обозначить цели, задачи и результат этого проекта. А это значит, что только от тебя зависит как ты сможешь рассказать о своем проекте и о его результатах и почему его необходимо поддержать или профинансировать.

Сейчас сектор социального проектирования в России развивается высокими темпами. Государство в т.ч. регионы, коммерческие и некоммерческие организации развивают систему грантов для школьников и студентов. Наверняка, в твоём регионе уже существует своя система поддержки школьных и студенческих проектов. Знания по социальному проектированию и их дальнейшее развитие поможет тебе в будущем принять участие в конкурсах на гранты Международного Ломоносовского Клуба, Росмолодёжи, Большой перемены, а в будущем и конкурса Лидеры России.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОКАЧКИ

1.Формулируй

Уже провёл мозговой штурм по празднованию Дня Города? А теперь попробуй сформулировать проблему, цель, задачи и ожидаемые результаты твоей идеи.

2. Анализируй

Для четкого определения проблемы и ее причин – проведи опрос среди целевой группы.

3. Строй

Попробуй построить свое дерево целей для проверки на логичность проблемы, цели, задач и результатов.

Рекомендованная литература

[1]; [2]; [3]; [4]; [5]; [6].

Тема 4. Разработка проектного прототипа

План

1. Разработка проектного прототипа решения социальной проблемы.
2. Проверка работоспособности прототипа.
3. Оценка финансовой составляющей проекта.

Краткие теоретические сведения

1. Прототипирование – быстрая «черновая» реализация базовой функциональности будущего продукта/изделия, для анализа работы системы в целом. На этапе прототипирования малыми усилиями создаётся работающая

система. Во время прототипирования видна более детальная картина устройства системы.

Как правило, прототип становится приложением к техническому заданию. При этом прототип не обязательно выполняется в рамках тех же технологий, что и разрабатываемая система.

Прототипирование также нашло свое применение при реализации основных образовательных модулей, которые важны с точки зрения формирования знаний и умений, необходимых для создания новых технологий, а также новых продуктов техносферы. Так, модуль 3D-моделирование, прототипирование, технологии цифрового производства в области обработки материалов, аддитивные технологии направлен на формирование инструментария создания и исследования моделей.

Прототипирование является самым важным этапом разработки. После этапа прототипирования обязательно следуют этапы пересмотра всей концепции системы, разработки, реализации и тестирования конечного результата.

Разработки прототипов осуществляются в разных отраслях и сферах деятельности человека, в производственной среде. В сфере здравоохранения основными направлениями использования и внедрения прототипов стали современные медицинские информационные системы и технологии. Одним из них является метод быстрого создания прототипов графических представлений данных для мониторинга результатов деятельности объекта управления в процессе функционирования медицинских организаций.

2. Часто в процессе работы над проектом допускаются ошибки, что приводит к необходимости тратить время и ресурсы на их исправление. Особенно это относится к разработке веб-сайтов, где неправильный дизайн или функциональность могут привести к негативному впечатлению пользователей и потере потенциальных клиентов.

Мы в digital-агентстве Air Production строго соблюдаем эффективный способ избежать ненужных затрат и улучшить процесс разработки — это тестирование прототипа сайта.

Это процесс проверки функциональности и эффективности прототипа продукта или системы. Прототипы разрабатываются для предоставления предварительного представления о конечном продукте, чтобы проверить его пользовательский интерфейс, функциональные возможности и эргономику.

Тестирование прототипов помогает выявить потенциальные проблемы и недоработки прототипа, что позволяет улучшить его перед дальнейшей разработкой. Тестирование может включать в себя проверку пользовательского опыта, функционального поведения, производительности и совместимости с другими системами.

Тестирование прототипов может проводиться с помощью ручного тестирования или автоматизированных инструментов тестирования. Результаты тестирования прототипов могут использоваться для

корректировки и улучшения дизайна и/или функциональности прототипа перед его окончательной разработкой и выпуском.

Существует несколько типов прототипов в зависимости от того, как они создаются и используются.

Часто в процессе работы над продуктом допускаются ошибки, что приводит к необходимости тратить время и ресурсы на их исправление. Особенно это относится к разработке веб-сайтов, где неправильный дизайн или функциональность могут привести к негативному впечатлению пользователей и потере потенциальных клиентов.

Мы в digital-агентстве Air Production строго соблюдаем эффективный способ избежать ненужных затрат и улучшить процесс разработки — это тестирование прототипа сайта.

Это процесс проверки функциональности и эффективности прототипа продукта или системы. Прототипы разрабатываются для предоставления предварительного представления о конечном продукте, чтобы проверить его пользовательский интерфейс, функциональные возможности и эргономику.

Тестирование прототипов помогает выявить потенциальные проблемы и недоработки прототипа, что позволяет улучшить его перед дальнейшей разработкой. Тестирование может включать в себя проверку пользовательского опыта, функционального поведения, производительности и совместимости с другими системами.

Тестирование прототипов может проводиться с помощью ручного тестирования или автоматизированных инструментов тестирования. Результаты тестирования прототипов могут использоваться для корректировки и улучшения дизайна и/или функциональности прототипа перед его окончательной разработкой и выпуском.

Существует несколько типов прототипов в зависимости от того, как они создаются и используются.

Наиболее распространенные типы прототипов

Бумажные прототипы

Интересным и уникальным аспектом тестирования прототипов является использование методики “бумажного прототипирования”. Это метод, который позволяет быстро создать прототипы на бумаге или карточках, после чего пользователи могут взаимодействовать с ними, как с живым продуктом.

Бумажное прототипирование имеет несколько преимуществ. Во-первых, оно позволяет экономить время и ресурсы, так как создание бумажного прототипа намного проще, чем разработка полноценного цифрового прототипа. Во-вторых, оно способствует быстрой обратной связи со стороны пользователей, так как они могут легко выражать свои мысли и предложения, перерисовывая или добавляя элементы на бумажном прототипе.

Бумажное прототипирование также может помочь раскрасить атмосферу тестирования и сделать его более интерактивным. Наблюдая, как пользователи физически взаимодействуют с бумажным прототипом, вы можете участвовать в игровом процессе с ними, задавая дополнительные вопросы и предлагая различные сценарии использования.

Бумажные прототипы также могут быть использованы для проведения быстрых итераций тестирования. Если в результате тестирования было выявлено несколько проблем или улучшений, вы легко можете внести изменения, перерисовав некоторые элементы на бумаге.

Интерактивные прототипы

Эти прототипы создаются с использованием специальных инструментов для проектирования интерфейсов. Они позволяют пользователям взаимодействовать с прототипом таким же образом, как с конечным продуктом. Интерактивные прототипы могут имитировать действия, такие как нажатия кнопок, заполнение форм, переходы между экранами и другие интерактивные элементы.

Цифровые прототипы

Это продвинутая форма прототипов, которая создается с использованием специализированного программного обеспечения для проектирования и прототипирования. Цифровые прототипы могут охватывать более широкий спектр функций и возможностей, чем бумажные или интерактивные прототипы, и могут быть более реалистичными и точными в отображении конечного продукта.

Функциональные прототипы

Эти прототипы создаются с целью проверки основных функций и возможностей продукта. Они часто используются для тестирования производительности, совместимости и надежности продукта. Функциональные прототипы могут быть созданы с использованием кодирования или программирования, чтобы симулировать работу реального продукта.

Презентационные прототипы

Эти прототипы создаются с учетом исключительно визуального аспекта продукта. Они обычно используются для демонстрации дизайна, стилистики, композиции и расположения элементов на продукте. Презентационные прототипы не фокусируются на функциях продукта, а скорее на эстетике его внешнего вида и восприятии пользователем.

Это только несколько основных типов прототипов, и каждый из них может быть приспособлен к конкретной потребности и цели проекта. Выбор типа прототипа зависит от требований и целей, которые нужно достичь в конечном продукте.

Шаги для тестирования прототипа

Тестирование прототипа является важным этапом в разработке нового продукта или функциональности. Ниже подробно описаны шаги, выполняемые при тестировании прототипа:

Определение целей тестирования прототипа

В этом шаге определяются конкретные цели, которые требуется достичь с помощью тестирования прототипа. Цели могут быть различными, в зависимости от потребностей проекта, например, проверка функциональности, удобства использования, эстетической привлекательности и др.

Создание тестового плана

Тестовый план содержит информацию о том, какие тесты нужно выполнить, перечень тестовых сценариев, требования, используемые данные и ресурсы. В нем также указывается последовательность выполнения тестов и время, которое нужно потратить на каждый этап тестирования.

Разработка тестовых сценариев

В этом шаге разрабатываются конкретные сценарии или тестовые случаи, которые будут использоваться при тестировании прототипа. Они описывают шаги, которые требуется выполнить для прототипа, чтобы проверить его функциональность, эргономику, производительность и т.д.

Подготовка тестовых данных

Для успешного тестирования прототипа может понадобиться подготовка разнообразных данных, которые будут использованы в тестовых сценариях. Это могут быть реальные данные, фиктивные данные или симуляции, чтобы покрыть различные сценарии использования.

Выполнение тестовых сценариев

В данном шаге выполняются разработанные тестовые сценарии. Пользователи либо тестировщики приступают к взаимодействию с прототипом, выполняют необходимые действия и следуют заданным шагам.

Анализ результатов

Полученные результаты сравниваются с ожидаемыми результатами, указанными в тестовом плане. Ошибки, проблемы или несоответствия выявляются и регистрируются, а также анализируется причина возникновения каждой проблемы.

Отчет о тестировании

По завершению тестирования составляется отчет, содержащий детальную информацию о выполненных тестах, обнаруженных проблемах, ошибках и рекомендациях по их исправлению. Данный отчет важен для команды разработчиков, чтобы они могли анализировать проблемы и внести соответствующие изменения.

Решение проблем

Разработчики прототипа принимают во внимание отчет о тестировании и исправляют обнаруженные проблемы или ошибки в прототипе. Исправления обычно выполняются на основе приоритета проблем и важности их исправления для функциональности или пользовательского опыта.

Повторное тестирование

После внесения изменений в прототип выполняется повторное тестирование, чтобы проверить, что исправления были успешными и что все функциональные проблемы были устранены.

Итеративный процесс

Тестирование прототипа может потребовать нескольких итераций, в которых выполняются дополнительные тесты, исправляются обнаруженные проблемы и повторно проверяется функциональность прототипа. Этот процесс

повторяется до тех пор, пока прототип не удовлетворяет всем требованиям и ожиданиям.

Окончательное подтверждение

После успешного выполнения всех тестов и исправления проблем прототип можно считать окончательно утвержденным и готовым для дальнейшей разработки и реализации.

Почему тестирование прототипов экономит время

Тестирование прототипов экономит время по нескольким причинам:

Раннее выявление проблем

Прототип позволяет проверить идею или концепцию продукта на ранней стадии разработки. Пользователи могут реагировать на него и выявлять проблемы или недостатки, которые затем можно исправить. Это помогает избежать потери времени и ресурсов на создание полноценного продукта, который может оказаться неудачным или неэффективным.

Быстрая итерация

Прототипы позволяют быстро создавать и тестировать различные варианты и решения. Используя прототипы, разработчики и дизайнеры могут быстро изменять и улучшать продукт на основе обратной связи пользователя. Это ускоряет процесс разработки и сокращает время до запуска конечного продукта на рынок.

Улучшение коммуникации

Прототипы помогают лучше понять требования и ожидания пользователей. Создание визуального образца продукта позволяет более наглядно и эффективно передавать идеи и концепции команде разработчиков и заинтересованным сторонам. Это сокращает время на объяснение, обсуждение и уточнение деталей и помогает лучше понимать перспективу конечного продукта.

Раннее обучение пользователей

Прототипы могут быть использованы для обучения пользователей и сбора их отзывов и предпочтений. Ранняя обратная связь позволяет учесть потребности пользователей в процессе разработки и внести соответствующие изменения в прототип. Это помогает создать более удобный, функциональный и эффективный продукт, который лучше отвечает потребностям пользователей. Таким образом, тестирование прототипов экономит время, позволяя более эффективно использовать ресурсы и сокращая время на разработку, исправление ошибок и усовершенствование продукта на ранних стадиях его создания.

Для чего тестируют прототипы

Изменения в тестировании прототипов возникают для различных целей и могут быть связаны с различными аспектами процесса. Некоторые из возможных изменений включают:

Расширение функциональности

По мере развития проекта и добавления новых функций и возможностей, может потребоваться изменить прототип для включения этих новых элементов. Новые функции могут быть протестированы и оценены пользователем, чтобы удостовериться в их полезности и соответствии требованиям.

Изменение интерфейса

Интерфейс прототипа может быть усовершенствован или изменен для повышения удобства использования или улучшения пользовательского опыта. Эти изменения могут быть основаны на обратной связи от пользователей или на изменении требований и целей проекта.

Изменение дизайна

Визуальный аспект прототипа также может быть изменен для повышения его привлекательности и соответствия бренду или целевой аудитории. Это может включать изменение цветовой гаммы, типографии, графических элементов и общего стиля прототипа.

Изменение тестовых случаев

По мере развития продукта и основываясь на полученных данных от пользователей, тестовые случаи могут быть изменены и дополнены. Новые функции могут требовать новых тестовых случаев, а также обновление существующих, чтобы убедиться в корректности функционирования и удовлетворении потребностей пользователей.

Изменение фокуса тестирования

В начале разработки прототипа может быть ориентирован на определенные аспекты или задачи, однако с течением времени и получением обратной связи от пользователей, цель тестирования может измениться. Может потребоваться переориентирование и привлечение внимания к другим аспектам или функциям продукта.

Важно понимать, что изменения в тестировании прототипов являются неотъемлемой частью процесса разработки продукта. Они позволяют оптимизировать продукт, учитывая изменяющиеся требования и ожидания пользователей.

Советы для тестирования прототипов

Вот несколько рекомендаций, которые помогут вам с тестирования прототипа:

Определите цели и задачи

Перед началом тестирования прототипа сайта четко определите цели и задачи, которые вы хотите достичь. Это может быть проверка навигации, понимание пользователей или оценка визуальной привлекательности. Чем более конкретные цели, тем легче будет оценить результаты тестирования.

Определите целевую аудиторию

Выберите группу пользователей, которые соответствуют вашей целевой аудитории. Убедитесь, что они имеют достаточный уровень опыта и знаний для оценки прототипа дизайна. Это поможет вам получить более релевантные и полезные обратные связи.

Используйте прототипирование с высокой степенью детализации

Создайте прототип дизайна сайта, который максимально приближен к конечному продукту. Это позволит пользователям оценить визуальные и функциональные аспекты сайта более точно.

Проведите пользовательское тестирование

Пригласите пользователей из вашей целевой аудитории для участия в тестировании прототипа. Попросите их выполнить различные задачи на сайте и обратить внимание на их впечатления, проблемы, которые они обнаружили, и предложения по улучшению.

Собирайте и анализируйте обратную связь

Запишите все комментарии, предложения и замечания от участников тестирования. Выделите общие тенденции и проблемы, чтобы понять, где нужно внести изменения и улучшения.

Внесите коррективы и повторите тестирование

Используйте полученную обратную связь для внесения необходимых изменений в прототип дизайна. Повторите тестирование снова, чтобы проверить, как эти изменения повлияли на эффективность и удовлетворение пользователей.

Учтите мобильную адаптивность

Проверьте, как прототип дизайна сайта выглядит и функционирует на различных устройствах, включая мобильные телефоны и планшеты. Убедитесь, что пользователи могут легко взаимодействовать с сайтом на любом устройстве.

Зачем продолжать тестирование

Продолжайте тестирование на протяжении всего процесса разработки:

Тестирование прототипа дизайна должно быть непрерывным процессом, который проводится на различных этапах разработки сайта. Это позволит рано обнаруживать и исправлять проблемы, что сэкономит время и ресурсы в долгосрочной перспективе.

Такое тестирование позволяет проверить логику и функциональность сайта, а также оценить его с точки зрения юзабилити, что является важным аспектом для пользователей. Обнаружение и устранение логических ошибок на ранних стадиях разработки значительно сокращает затраты времени и ресурсов.

Тестирование прототипа дизайна сайта – это всего лишь один из этапов тестирования приложения, но имеет высокое значение. Благодаря тщательному тестированию прототипа вы сможете идентифицировать потенциальные проблемы, ошибки и недочеты на ранних стадиях разработки. Это позволит внести необходимые корректировки и улучшения, избежав траты времени и ресурсов на последующие изменения. Таким образом, вы повысите эффективность разработки сайта и увеличите удовлетворение пользователей, создавая продукт, который отвечает их потребностям и ожиданиям.

3. Финансовая оценка проекта — это процесс анализа и оценки финансовых показателей, которые помогут определить жизнеспособность и потенциал проекта. Этот процесс включает в себя изучение различных аспектов, таких как доходы, расходы, риски и инвестиции. Оценка инвестиционных проектов включает ряд ключевых аспектов, которые помогут принять обоснованное решение о вложении средств. Вот некоторые из основных аспектов:

1. **Финансовый анализ:** оценка финансовых показателей проекта, таких как денежный поток, внутренняя норма доходности (ВНД), срок окупаемости и чистая приведенная стоимость (ЧПС), является неотъемлемой частью оценки инвестиционных проектов. Эти показатели позволяют оценить потенциал проекта с точки зрения доходности и рисков.

2. **Рыночный анализ:** исследование рынка, на котором планируется реализация проекта, важно для определения спроса на продукцию или услуги, а также возможных конкурентов и трендов развития рынка.

3. **Оценка рисков:** определение возможных рисков, связанных с инвестиционным проектом, таких как политические, экономические, технологические и регуляторные риски, является критически важным для принятия обоснованных инвестиционных решений.

4. **Сценарный анализ:** разработка различных сценариев развития проекта, учитывая изменение ключевых параметров и допущений, позволяет определить наиболее вероятные исходы и понять, как они могут повлиять на успешность инвестиции.

5. **Оценка устойчивости и экологических факторов:** оценка возможных экологических и социальных последствий инвестиционного проекта, а также его устойчивости в рамках долгосрочных экономических и экологических трендов, является важным аспектом при принятии инвестиционных решений.

6. **Оценка команды проекта и управления:** анализ опыта, компетенций и навыков команды проекта, а также оценка управленческой структуры и процессов, способствует успешному выполнению инвестиционного проекта.

Используя эти аспекты при оценке инвестиционных проектов, инвесторы и предприниматели могут принимать более обоснованные и успешные решения.

Рекомендованная литература

[1]; [2]; [3]; [4]; [5]; [6].

Тема 5. Защита проекта

План

1. Анализ результатов проектирования.
2. Подготовка презентации для защиты проекта.
3. Защита проекта.

Краткие теоретические сведения

1. Социальная сфера общества представляет собой многогранное, динамичное явление, объединяющее различные отрасли, социальные системы и подсистемы, а также комплекс взаимоотношений, которые возникают между различными социальными группами и слоями населения. Социальная сфера обеспечивает создание условий для духовного и физического развития человека. Степень развития и состояния социальной сферы отражается на показателях качества жизни населения. Мониторинг показателей качества жизни позволяет выявить сильные и слабые стороны жизнедеятельности общества. Именно слабые стороны сигнализируют о присутствии социальных проблем. Существующие социальные проблемы предъявляют высокие требования к социальному поведению государства, бизнеса и некоммерческих организаций. Наиболее эффективным методом в решении социальных проблем, учитывающим специфику различных категорий населения, является разработка социального проекта.

Понятие «социальный проект» развивалось в тесной связи с рядом социологических концепций и подходов: социальная утопия, социальная инженерия, структурно-функциональный подход, феноменология, концепция социальной трансформации. В отечественной социологической науке сформировались три подхода к социальному проектированию: объектно, проблемно и субъектно-ориентированный. С позиции объектно ориентированного подхода социальный проект рассматривается как создание или усовершенствование (реконструкция) объекта, который выполняет важную социокультурную функцию в обществе. В рамках данного подхода были разработаны концепции Ж.Т. Тощенко, Г.А. Антонюка, В.И. Курбатова и др. Проблемно ориентированный подход (Т.М. Дридзе и др.) акцентирует внимание на диагностическую, прогнозную составляющую. В рамках данного подхода социальный проект представляет собой научно обоснованное и многовариантное решение социально значимых проблем. Субъектно-ориентированный, или тезаурусный подход, был разработан В.А. Луковым. Данный подход рассматривает тезаурус создателя проекта в качестве основного источника проектной идеи. По мнению В.А. Лукова, социальное проектирование представляет собой конструирование индивидом, группой или организацией действия, направленного на достижение социально значимой цели и локализованного по месту, времени и ресурсам.

Социальное проектирование представляет собой процесс, связанный с созданием прототипа социальных объектов, качеств, процессов и отношений.

К одной из главных трудностей оценки результата социального проекта относится «смешанная природа» создаваемых ценностей. «Смешанная природа» ценностей заключается в объединении экономических и социальных результатов проекта, что приводит к отсутствию единого стандарта ее оценки. Сегодня используются многочисленные качественные и количественные методы оценки социальных проектов, часть которых акцентирует внимание на социальных результатах, другая - на социально-экономических результатах. Оценка достижения социальных результатов проекта опирается на вышеупомянутую логическую цепочку, или модель проекта, которая

представляет собой инструментарий, описывающий связи между элементами проекта: ресурсами, действиями, непосредственным результатом, социальным результатом и социальным эффектом. Здесь следует более подробно остановиться на последних трех элементах цепочки и конкретизировать их.

Непосредственный результат (количественный результат) - все, что непосредственно производится в ходе деятельности организации, реализующей социальный проект (количество подготовленных и распространенных информационных материалов, количество лекций и консультаций и др.).

Социальный результат - результат, отражающий позитивные изменения в ситуации с целевой аудиторией проекта (изменения в отношении к чему-либо, повышение информированности и др.).

Социальный эффект - то, что изменилось в структуре проблемы в результате деятельности по проекту.

Непосредственные и социальные результаты имеют принципиальное отличие. Данное отличие заключается в том, что социальные результаты - это не то, что «сделал» сам проект, а последствия проектной деятельности для целевой аудитории. Непосредственные результаты проекта не дают ответа на вопросы, получены ли запланированные результаты и достигнута ли цель проекта, в то время как социальные результаты представляют собой результаты на уровне цели проекта.

2. Презентация в проектном цикле занимает особое место, её предназначение состоит в донесении целей проекта и его составляющих. Презентация – наглядная демонстрация жизнедеятельности Вашего проекта. При подготовке и презентации Вашего проекта предлагаем Вам придерживаться следующих правил:

Грамотно подобранный визуальный ряд сделает Вашу презентацию более привлекательной, красноречивой, убедительной и достоверной. Грамотно использовать визуальный ряд – значит создать зрительный образ, который передаст слушателям Вашу идею. Парадоксально, но иногда слайды «убивают» саму презентацию, превращая её в «учебный показ с громкой читкой». Чтобы этого не произошло, советуем использовать следующие приёмы:

- Слайд не должны показывать всё – его задача актуализировать только самое главное и на этом акцентировать внимание слушателей.
- Наиболее важная идея слайда должна «схватываться» мгновенно. Слушатель должен мгновенно сфотографировать слайд глазами, понять суть и вернуться к главному – к выступающему с презентацией проекта.
- Слайды не должны конкурировать с Вами в борьбе за внимание аудитории. Ключевая фигура презентации – автор проекта.
- Слайдов не обязательно должно быть много. 12 слайдов – это оптимальное количество, которое могут полноценно «усвоить» слушатели. Каждый слайд презентации должен работать на идею и приближать Вас к главной цели.

Оценка эффективности презентации проекта

Критерии эффективности:

1. Формулировка основной идеи проекта. Формулировка цели и задач презентации.
2. Эффективность вступительной и заключительной части презентации
3. Содержание и чёткая структура
4. Выбор «ударного» момента
5. Целесообразность использования наглядных средств, их качество и сила воздействия
6. Работа с аудиторией во время представления проекта
7. Результат

Как можно завершить презентацию? Счастливый конец. Вы указываете на преимущества и выгоды Вашего проекта и делаете вывод, что Ваш продукт, услуга или программа лучше всех остальных. Лучшее лекарство. Вы показываете, как особенности Вашего проекта, позволят аудитории избежать проблем, устранить риск и достичь своих целей. Последний экзамен. В конце Вы подводите итоги каждого из пунктов презентации и показываете как можно решить проблему. Эмоциональное завершение. Вы приводите слушателей в состояния активности и соучастия в Вашем проекте. Эмоциональное завершение необязательно должно быть громким или неистовым, но оно должно быть мощным и повлиять на аудиторию.

Рекомендованная литература

[1]; [2]; [3]; [4]; [5]; [6].

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вандышева Л. А. Социальное проектирование: теория и практика: Учебное пособие. — Самара: Самарский университет, 2020. — 92 с.
2. Диков, А. В. Социальные медиасервисы в образовании. – 2-е изд., стер. – СПб.: Лань, 2023. – 204 с.
3. Никитин Г.М., Никитина Е.А. Социальные и философские проблемы информационного общества: Учебное пособие для вузов – 3-е изд., стер. – СПб.: Лань, 2024. – 76 с.
4. Правоторова А.А. Социальные процессы в городской среде. – 3-е изд., стер. – СПб.: Лань, 2023. – 192 с.
5. Прогнозирование, моделирование и проектирование в социальной сфере: Учебно-методическое пособие / составитель Н. А. Тарасова. – Нижний Тагил: НТГСПИ, 2020. – 96 с.
6. Социология: учебно-методическое пособие для аудиторной и самостоятельной работы студентов всех специальностей и направлений подготовки очной, заочной и очно-заочной форм обучения / сост. М.В. Ермушин, Ю.И. Сидоренко, Д.Х. Шишков, И.Д. Лопатин, Г.Ю. Волков, Л.Б. Рыбина. – Караваево: Костромская ГСХА, 2021. – 104 с.

Учебно-методическое издание

Экспедиция обучения служением : учебно-методическое пособие / сост. С.В. Ковалева, Д.Х. Шишков. — Караваево : Костромская ГСХА, 2025. — 35 с. ; 20 см. — 100 экз. — Текст непосредственный.

Учебно-методическое пособие издается в авторской редакции

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Костромская государственная сельскохозяйственная академия" 156530, Костромская обл., Костромской район, пос. Караваево, уч. городок, д. 34

Компьютерный набор. Подписано в печать _____. Заказ № 1218.
Формат 60х84/16. Тираж 100 экз. Усл. печ. л. 2,03. Бумага офсетная.
Отпечатано _____.

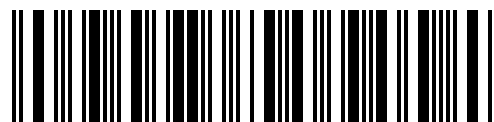
вид издания: первичное (электронная версия)
(редакция от 28.01.2025 № 1218)

Отпечатано с готовых оригинал-макетов в академической типографии на цифровом дубликаторе. Качество соответствует предоставленным оригиналам.
(Электронная версия издания - I:\подразделения \рио\издания 2025\1218.pdf)



2025*1218

ФГБОУ ВО КОСТРОМСКАЯ ГСХА



2025*1218

(Электронная версия издания - I:\подразделения \рио\издания 2025\1218.pdf)