

Информационная открытость некоммерческих организаций

Методические и практические рекомендации

КАЗАНЬ

2020

Составители:
Дыганов А.Г., Сафина Л.М., Галеев С.И.,
Пашина А.Д., Фейфер Р.Л.

Информационная открытость некоммерческих организаций:
методические и практические рекомендации/ сост. А.Г. Дыганов,
А.Д. Пашина, Л.М. Сафина, Р.Л. Фейфер, С.И. Галеев, – Казань:
Типография Конверс, 2020. – 64 с.

Методические и практические рекомендации рассчитаны, прежде всего, на специалистов социально ориентированных некоммерческих организаций, которые занимаются вопросами медиа-продвижения и организации мероприятий НКО. Данный материал составлен в соответствии с рекомендациями, которые предъявляются к информационной открытости некоммерческих организаций.

В современной работе НКО выявлена проблема информационной недоступности многих организаций, отсутствуют сайты, страницы в социальных сетях, отчеты о деятельности, и особенно, о реализации грантовых проектов. Дополнительно существует проблема качества контента, размещаемых в интернет-ресурсах НКО и публикаций в открытых источниках.

Рекомендации разработаны на основе материалов накопленных в рамках проекта «Региональная школа информационной открытости и медиа-продвижения НКО Республики Татарстан» реализованного АНО «Центр инновационного развития и трансфера технологий» при поддержке Фонда президентских грантов и Казанского (Приволжского) федерального университета.

Выражаем огромную благодарность за подготовку материалов:

Зиннатуллину Айнуру – телеведущий, тренер по публичным выступлениям, тренер TEDx, обладатель награды «ТЭФИ-Регион 2015» в номинации «Развлекательная программа» с авторской программой «Репост», автор книги «Таблетка от страха. 5 шагов к вашему идеальному интервью»;

Бикчентаевой Ляле – исполнительный директор Казанского центра «Достижения молодых»;

Мочалову Сергею – начальник отдела разработки и поддержки интернет-портала Казанского (Приволжского) федерального университета;

Гайнутдиновой Джамиле – основатель СММ-агентства и первой Школы СММ в Казани.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Информационная открытость НКО: основные понятия и тенденции..	5
2. Значение информационной открытости НКО для целевой аудитории	6
3. Значение информационной открытости НКО для участия в конкурсах, грантах и иных мероприятиях.....	7
4. Стандарт информационной открытости НКО.....	9
5. Информационный след.....	15
6. Обязательные (правовые) условия к публичности НКО.....	15
7. Публикационная активность НКО.....	21
8. Значение публичного отчета для НКО.....	22
9. Специальные ресурсы (агрегаторы) для НКО.....	23
10. Портал nkort.ru и его значение для НКО в Татарстане.....	24
11. Виды презентаций.....	25
12. «Питч» треугольник.....	27
13. Программные продукты для создания презентаций.....	28
14. Ошибки и рекомендации при создании презентаций.....	29
15. Структура презентации (заявка на грант).....	32
16. Структура презентации (публичная презентация проекта).....	33
17. Структура презентации (презентация для потенциальных партнеров)	34
18. Два типа спикеров.....	34
19. Прямые трансляции (стримы) для НКО.....	36
20. Технология создания видеоконтента.....	38
21. Цифровизация деятельности НКО: переход к онлайн-работе с аудиторией.....	40
22. Сайт как основной инструмент информационной открытости НКО...	41
23. Площадки публичных презентаций проектов.....	44
24. Проведение мероприятий.....	46
25. Мессенджеры.....	47
26. Сервисы e-mail рассылок.....	48
27. Деловые письма.....	49
28. Пресс-кит.....	51
29. Пресс-релиз.....	53
30. Поддержка НКО в информационной открытости.....	54

Информационная открытость НКО: основные понятия и тенденции

Мы живем в эпоху интернета, виртуального мира, когда многое и, прежде всего, информация, становится открытым. Безусловно, открытость напрямую затрагивает и влияет на деятельность некоммерческих организаций.

В настоящее время нет единого определения понятию «Информационная открытость», но есть источники, из которых можно подчерпнуть определенные сведения.

Информационная открытость НКО – доступность информации об организации.

Прозрачность – открытость и доступность информации об НКО, достаточной для понимания ее стейкхолдерами.

*Стандарт информационной открытости НКО,
рекомендованный Фондом президентских грантов*

Прозрачность – полная, доступная, понятная и актуальная информация об НКО, когда любой желающий может найти необходимые сведения «в два клика» и проанализировать их.

*Всероссийский конкурс публичных годовых
отчетов СО НКО «Точка отсчета»*

Публичность – открытые пониманию и вниманию виды деятельности, доступные наблюдению и контролю.

Философская энциклопедия

Информационный шум – наличие в тексте (материалах) элементов, усложняющих его понимание, искажающих смысл изложенного или вовсе полностью препятствующих адекватному пониманию его содержания.

Информационный мусор – ненужная, бесполезная, вредная информация которая поступает из различных источников.

Информацию об НКО, её деятельности и проектах можно представить в виде модели, включающей три основных аспекта:

- Доступность
- Достоверность
- Достаточность

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Вы можете оценить уровень информационной открытости НКО, заполнив чек-лист, представленный в Приложении 1.

Значение информационной открытости НКО для целевой аудитории

Некоммерческая организация как хозяйствующий субъект, юридическое лицо, а также как некий центр реализации социальных проектов, является ещё и своеобразным центром притяжения:

- благополучателей
- партнёров
- органов власти
- грантодателей
- СМИ

Формула построения позитивного имиджа НКО:

$$\begin{array}{ccc} \text{ИЗВЕСТНОСТЬ} & \times & \text{НАДЕЖНОСТЬ} & = & \text{РЕПУТАЦИЯ} \\ \text{люди должны} & & \text{людей должно} & & \\ \text{о вас узнать} & & \text{к вам потянуть} & & \end{array}$$

Информационная открытость НКО как пазл складывается из возможностей НКО распространять информацию о себе, своей деятельности, своих проектах через разные источники, площадки и ресурсы:

- Сайт НКО
- Социальные сети НКО
- Агрегаторы для НКО
- Публичная отчетность
- Публичные мероприятия
- СМИ
- Благополучатели
- Партнеры
- Прочее

ВАЖНО!

Все информационные ресурсы НКО должны работать на формирование репутации НКО.

ПРИМЕЧАНИЕ

Информационная открытость или публичность обеспечивает контроль за деятельностью НКО.

Значение информационной открытости НКО для участия в конкурсах, грантах и иных мероприятиях

Попробуйте ответить на вопрос:

– *Даже если конкурс проходит среди НКО Республики Татарстан, как эксперт из Казани узнает, чем живет и какие проекты реализует НКО из Агрыза или из Бугульмы?*

А теперь на ещё один:

– *Представьте, что Вы подали заявку на конкурс Фонда президентских грантов. Как эксперт с Сахалина узнает, чем живет, и какие проекты реализует НКО из Кукмора, Арска, Елабуги, да даже из Казани?*

Ответы очевидны:

– *Конечно, из интернета.*

Фонд президентских грантов при оценке социальных проектов, представленных на грант, использует критерий «Информационная открытость организации».

Критерии оценки	До 500 тыс	500 тыс – 3 млн	3 – 10 млн	Свыше 10 млн
Актуальность и социальная значимость проекта	2	1	1	1,5
Логическая связность и реализуемость проекта, соответствие мероприятий проекта его целям, задачам и ожидаемым результатам	2	1	1	1
Инновационность, уникальность проекта	0,5	0,5	0,5	0
Соотношение планируемых расходов на реализацию проекта и его ожидаемых результатов, адекватность, измеримость и достижимость таких результатов	2	1,5	1,5	1
Реалистичность бюджета проекта и обоснованность планируемых расходов на реализацию проекта	1	1,5	1,5	1,5
Масштаб реализации проекта	0	0,5	0,5	0,5

Собственный вклад организации и дополнительные ресурсы, привлекаемые на реализацию проекта, перспективы его дальнейшего развития	0,5	1	1	1
Опыт организации по успешной реализации программ, проектов по соответствующему направлению деятельности	0,5	1	1	1
Соответствие опыта и компетенций команды проекта планируемой деятельности	1	1	1	1
Информационная открытость организации	0,5	1	1	1

Такой критерий стал встречаться в оценках проектов всё чаще. Например, во всероссийском конкурсе «Лучший социальный проект года»¹ тоже появился раздел «Информационная открытость».

Информационная открытость включает в себя:

- официальный сайт проекта (организации)
- адреса официальных страниц в социальных сетях
- публикации, сюжеты в СМИ и иных информационных ресурсах

ВАЖНО!

Информационная открытость НКО значительно расширяет возможности по привлечению средств и ресурсов на реализацию проектов, на их тиражирование и масштабирование.

Эпоха интернет-общества формирует новое медиа-пространство, которое всецело проникает во все сферы нашей жизни и сама жизнь начинает проходить в сети. Ценность большинства того, что происходит вокруг нас, устанавливается именно медиа пространством.

В эпоху информационного общества и глобального Интернета формируется особое медиа пространство и культура «жизни» в сети. Происходит формирование новой экономики – **экономики внимания** (с англ. attention economy)².

¹ Организатор Конкурса: ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет» при поддержке Министерства экономического развития Российской Федерации и АНО «Россия – страна возможностей»

² См. подробнее: Экономика внимания: борьба брендов за пользователей [электронный ресурс] <https://mentamore.com/biznes/ekonomika-vnimanija.html>

Внимание – это ваша известность, помноженная на надежность. **Главное** – **идеи** и то, как они представлены, упакованы. И ни слова про деньги. Таким образом, **внимание в сети** – это сейчас движущая сила продвижения проектов, а значит и привлечения средств на их реализацию.

Стандарт информационной открытости НКО

Фонд президентских грантов рекомендует использовать Стандарт информационной открытости НКО³, который однажды был разработан в рамках конкурса. Конечно, это тоже лишь рекомендуемый к использованию документ. Однако он позволяет НКО достаточно подробно, а главное структурированно, представить сведения о своей деятельности в интернете.

Цель стандарта – сформулировать разделяемые основной частью сообщества и рекомендуемые к применению требования к информационной открытости деятельности НКО, позволяющие обеспечить необходимую для значимого внешнего окружения прозрачность деятельности сектора на основе саморегулирования.

Данный стандарт предполагает 3 уровня информационной открытости. Каждый последующий уровень включает в себя предыдущий и добавляет новые сведения.

Сведения об НКО в рамках стандарта делятся на 3 направления:

- Общая информация;
- Деятельность;
- Финансы.

Максимальное количество всех показателей информационной открытости включает в себя 31 позицию.

³ Подробнее см. <https://goo.su/3w6b>

Рабочая группа экспертов: Эльвира Алейниченко, Вячеслав Бахмин, Иван Бегтин, Александра Болдырева, Ольга Евдокимова, Ирина Ефремова-Гарт, Дмитрий Поликанов.
Организовано: АНО «Информационная культура» и Ассоциацией грантодающих организаций «Форум Доноров» при поддержке Фонда Кудрина по развитию гражданских инициатив

Первый уровень (базовый) является минимально необходимым. Его содержание позволяет говорить о том, что об НКО доступна базовая информация, позволяющая подтвердить факт ее существования и ведения социально значимой деятельности.

Общая информация:

Размещаемая информация	Пояснение	Рекомендуемое дополнение
Название организации	Полное название НКО, в соответствии с Уставом	Сокращенное название, в соответствии с Уставом
ИНН	Уникальный идентификационный номер	
ОГРН, дата регистрации	Основной государственный регистрационный номер	
Юридический адрес	Адрес регистрации юридического лица	Фактический адрес
Сведения об учредителях	Ф.И.О. учредителей и/или названия организаций учредителей	
Устав	Ссылка на документ устава в формате PDF, в виде единого документа	
Е-mail организации	Контактный адрес электронной почты для связи с организацией	
Телефон	Контактный телефон организации	Желательно несколько
Руководитель	Фамилия, имя и отчество руководителя, должность в соответствии с Уставом	
Структура органов управления	Перечислить органы управления в НКО, кто и за какой уровень принятия решений отвечает в соответствии с уставом	
Команда НКО	Количество сотрудников организации (среднесписочная численность работников за последний год). На данном уровне раскрытия информации достаточным считается предоставление количественной информации.	Команда – это штатные сотрудники, привлеченные специалисты, волонтеры
Информация о других каналах коммуникации	Ссылка на сайт, на страницы в социальных сетях и другие каналы коммуникации НКО	Желательно только те, которые регулярно обновляются
Отчетность	Ссылка на отчеты в Минюст РФ	

Базовая финансовая информация	Данные о доходах и расходах НКО. На данном уровне раскрытия информации достаточным является предоставление общей информации с указанием суммы доходов и расходов не менее, чем за последние 3 года	
-------------------------------	---	--

Общая информация для отдельных НКО:

Размещаемая информация	Пояснение	Рекомендуемое дополнение
Количество членов организации (для членских организаций)	Количество членов организации	
Аудиторское заключение (только для фондов)	Аудиторское заключение фондов (для организаций иной организационно-правовой формы является документом третьего уровня раскрытия информации), не менее, чем за последние 3 года	

Деятельность:

Размещаемая информация	Пояснение	Рекомендуемое дополнение
Миссия, цели и задачи	Краткий текст с описанием миссии, целей и задач НКО (до 5000 символов)	
Направления деятельности	Направления деятельности за последние 3 года	В соответствии с ОКВЭД и в соответствии с формулировками грантовых направлений Фонда президентских грантов
Деятельность и результаты	Краткое описание деятельности НКО в свободной форме в объеме, достаточном для понимания сути проекта или программы и их текущего статуса. Из описания деятельности должно быть понятно, с какими целевыми группами работает НКО, что и как она делает, чего удалось добиться.	Можно представлять в виде визуальных отчетов

Второй уровень (расширенный) – характеризует высокий уровень открытости информации о деятельности и финансах НКО. Данный уровень подтверждает опыт, зрелость и готовность работать над проектами, имеющими государственное или частное финансирование.

Общая информация:

Размещаемая информация	Пояснение	Рекомендуемое дополнение
Руководитель(-и)	Фото и краткие биографические сведения руководителя (-ей) исполнительного органа и высшего коллективного органа (если есть)	Можно привести информацию о руководителях отдельных направлений (проектов)
Сведения об органах управления	Состав органов управления, включая ФИО всех входящих в них лиц и краткие сведения о них (должности или краткие биографии).	
Команда НКО	Список ключевых сотрудников, в т.ч. эксперты и руководители проектов. Желательным на данном уровне является наличие контактов сотрудников.	Контактная информация может ограничиваться рабочим телефоном и электронной почтой

Деятельность:

Размещаемая информация	Пояснение	Рекомендуемое дополнение
Отчетность	Годовая и любая иная (ежемесячная, ежеквартальная, годовая и двухгодовая и др.) добровольная публичная отчетность НКО. В случае, если ежегодная отчетность представлена на сайте в виде отдельного документа, то он должен соответствовать базовым требованиям к отчетности, разработанным в рамках проекта «Всероссийский конкурс публичных добровольных годовых отчетов некоммерческих организаций «Точка отсчёта» - http://www.donorsforum.ru/projects/tochka-otschyota/	

Финансы:

Размещаемая информация	Пояснение	Рекомендуемое дополнение
Источники поступления и статьи расходов средств	На данном уровне раскрытия информации предполагается представление структуры доходов и расходов. Список источников ежегодного поступления средств в виде таблицы с указанием даты (если она есть), источника поступлений средств и выделенной/ поступившей суммы. Статьи расходов, включая административные и программные расходы. Не менее чем за последние 3 года или от момента регистрации организации, если организация существует менее 3-х лет.	За основу можно взять данные, представленные в заявке Фонда президентских грантов (гранты, вступительные, членские и иные взносы, пожертвования российских НКО, взносы, пожертвования российских коммерческих организаций, вступительные, членские и иные взносы, пожертвования российских граждан, средства, полученные из бюджетов, доходы (выручка) от реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав, и др.)
Паспорта проектов	Информация о проектах, представленная в структурированном виде не менее, чем за последние 3 года	Информацию можно представить в визуальном формате (PowerPoint презентация по каждому проекту и/или общие за календарный год)
Финансовая отчетность	Ссылка на файл с бухгалтерским балансом НКО в формате PDF/DOC/XLS не менее, чем за последние 3 года	

Третий уровень (полный) – дает возможность отнести НКО к наиболее прозрачной и информационно открытой структуре.

Общая информация:

Размещаемая информация	Пояснение	Рекомендуемое дополнение
Регламент и процедуры	Ссылки на актуальные внутренние документы, регулирующие работу организации, соблюдение этических принципов (в зависимости от направления деятельности организации) и иных добровольно взятых обязательств поддержания репутации.	
Аудиторское заключение	Аудиторское заключение организации (для фондов является документом первого уровня раскрытия информации). Не менее чем за последние 3 года или от момента регистрации организации, если организация существует менее 3-х лет.	
Сведения об органах надзора (если предусмотрены уставом организации)	Информация о членах попечительских/наблюдательных советов, ревизионной комиссии (ФИО и должность или краткая биографическая справка)	
Активность органов управления	Информация о деятельности органов управления, включая число заседаний, информация о принятых ключевых решениях, вносящих существенные изменения в работу НКО, не менее, чем за последние 3 года	
Оценка деятельности НКО и оценка программ	Сведения о результатах проведенных оценочных исследований (при наличии) за последние 3 года.	

ПРИМЕЧАНИЕ

Не забывайте, что при размещении информации на интернет-ресурсах необходимо обеспечить интуитивную навигацию для пользователей, размещать только качественный контент и регулярно обновлять информацию.

Информационный след

Информационный след – информации о деятельности НКО и членах команды НКО осознанно или неосознанно сформированная НКО (участниками команды), или представленная другими организациями (людьми), оставшаяся в информационном поле, прежде всего, в сети «Интернет».

ПРИМЕЧАНИЕ

Большинство из того, что представлено в Интернете, остаётся там надолго и доступно пользователям.

Информационный след возникает:

- от действия НКО (членов команды НКО): информация на интернет-ресурсах НКО и членов команды, на специальных агрегаторах и т.д.
- от действия внешних факторов: публикации СМИ, информация на специализированных интернет ресурсах, отражающих деятельность НКО как юридического лица и т.д.

Благополучателям, партнёрам, грантодателям, проверяющим органам доступна вся информация об НКО, команде НКО, проектах НКО, что позволяет сложить своё мнение. К сожалению, исходя из информации в сети «Интернет», это мнение может быть не всегда положительным и привести к нежелательным последствиям.

ВАЖНО!

Для того, чтобы оставлять качественные «следы» постарайтесь грамотно вести интернет-ресурсы НКО, качественно реализуйте проекты, используйте специализированные ресурсы для НКО, профессионально ведите текущую деятельность.

Обязательные (правовые) условия к публичности НКО

Законодательно установлены требования к информационной открытости только для следующих НКО:

- Поставщики социальных услуг;
- Организации культуры;
- Образовательные организации.

ВАЖНО!

В полной мере требования закона относятся к тем организациям, которые имеют соответствующие лицензии или входят в реестр поставщиков социальных услуг.

Поставщики социальных услуг

Поставщики социальных услуг формируют общедоступные информационные ресурсы, содержащие информацию о деятельности НКО, размещенные на информационных стендах в помещениях, в СМИ, в сети «Интернет» (Статья 13 «Информационная открытость поставщиков социальных услуг» Федерального закона от 28.12.2013 №442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в РФ»).

Сведения, которые должны быть размещены на ресурсах поставщиков социальных услуг:

1. О дате государственной регистрации, об учредителе (учредителях), о месте нахождения, филиалах (при их наличии), режиме, графике работы, контактных телефонах и об адресах электронной почты;
2. О структуре и об органах управления;
3. О форме социального обслуживания, видах социальных услуг, порядке и об условиях их предоставления, о тарифах на социальные услуги;
4. О численности получателей социальных услуг по формам социального обслуживания и видам социальных услуг за счет бюджетных средств и в соответствии с договорами за счет средств физических и (или) юридических лиц;
5. О руководителе, его заместителях, руководителях филиалов (при их наличии), о персональном составе работников;
6. О материально-техническом обеспечении предоставления социальных услуг;
7. О количестве свободных мест для приема получателей социальных услуг по формам социального обслуживания, финансируемых за счет бюджетных средств, а также оплачиваемых в соответствии с договорами за счет средств физических и (или) юридических лиц;
8. Об объеме предоставляемых социальных услуг за счет бюджетных средств и в соответствии с договорами за счет средств физических и (или) юридических лиц;

9. О наличии лицензий на осуществление деятельности, подлежащей лицензированию в соответствии с законодательством;
10. О финансово-хозяйственной деятельности;
11. О правилах внутреннего распорядка для получателей социальных услуг, правилах внутреннего трудового распорядка, коллективном договоре;
12. О наличии предписаний органов, осуществляющих государственный контроль в сфере социального обслуживания, и отчетов об исполнении указанных предписаний;
13. О проведении независимой оценки качества условий оказания услуг организациями социального обслуживания;
14. Об иной информации, которая размещается, публикуется по решению поставщика социальных услуг и (или) размещение, опубликование которой являются обязательными в соответствии с законодательством.

Организации культуры

Организации культуры обеспечивают открытость и доступность информации (Статья 36.2 «Информационная открытость организаций культуры» Основ законодательства РФ о культуре (утв. 09.10.1992 №3612-1).

К такой информации относятся не только сведения о деятельности, но и некоторые документы:

1. Дата создания, учредитель(ли), место нахождения, в т.ч. филиалов (при наличии), режим, график работы, контактные телефоны и адреса электронной почты;
2. Структура и органы управления;
3. Виды предоставляемых услуг;
4. Материально-техническое обеспечение предоставления услуг;
5. Копия устава;
6. Копия плана финансово-хозяйственной деятельности или бюджетной сметы (информация об объеме предоставляемых услуг);
7. Копия документа о порядке предоставления услуг за плату;
8. Информация, которая размещается, публикуется по решению НКО;
9. Иная информация, необходимая для проведения независимой оценки качества условий оказания услуг.

Образовательные организации

Образовательные организации формируют открытые и общедоступные информационные ресурсы, содержащие информацию об их деятельности, и обеспечивают доступ к таким ресурсам посредством размещения их в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе на официальном сайте образовательной организации в сети «Интернет» (Статья 29 «Информационная открытость образовательной организации» Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Перечень информации, которая должны быть размещена на ресурсах образовательных организаций достаточно значительный:

1. Информация:

- О дате создания, об учредителе(лях), о представительствах и филиалах, о месте нахождения (в т.ч. представительств и филиалов (при наличии), режиме, графике работы, контактных телефонах и об адресах электронной почты;
- О структуре и об органах управления;
- О реализуемых образовательных программах с указанием учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, предусмотренных соответствующей образовательной программой;
- О численности обучающихся по реализуемым образовательным программам за счет бюджетных средств и по договорам об образовании за счет средств физических и (или) юридических лиц;
- О численности обучающихся, являющихся иностранными гражданами
- О языках образования;
- О федеральных государственных образовательных стандартах, об образовательных стандартах (при их наличии);
- О руководителе, его заместителях, руководителях филиалов (при их наличии);
- О персональном составе педагогических работников с указанием уровня образования, квалификации и опыта работы;
- О местах осуществления образовательной деятельности;
- О материально-техническом обеспечении образовательной деятельности;
- О направлениях и результатах научной (научно-исследовательской) деятельности и научно-исследовательской базе для ее осуществления;

- О результатах приема по каждой профессии, специальности СПО, каждому направлению подготовки или специальности высшего образования с различными условиями приема с указанием средней суммы набранных баллов по всем вступительным испытаниям, а также о результатах перевода, восстановления и отчисления;
 - О количестве вакантных мест для приема (перевода) по каждой образовательной программе, по профессии, специальности, направлению подготовки;
 - О наличии и об условиях предоставления обучающимся стипендий, мер социальной поддержки;
 - О наличии общежития, интерната, количестве жилых помещений в общежитии, интернате для иногородних обучающихся, формировании платы за проживание в общежитии;
 - Об объеме образовательной деятельности, финансовое обеспечение которой осуществляется за счет бюджетных средств, по договорам об образовании за счет средств физических и (или) юридических лиц;
 - О поступлении финансовых и материальных средств и об их расходовании по итогам финансового года;
 - О трудоустройстве выпускников;
2. Копии документов:
- Устав;
 - Лицензия на осуществление образовательной деятельности (с приложениями);
 - Свидетельство о государственной аккредитации (с приложениями);
 - План финансово-хозяйственной деятельности или бюджетной сметы;
 - Локальные нормативные акты, правила внутреннего распорядка обучающихся, правила внутреннего трудового распорядка, коллективный договор;
3. Отчет о результатах самообследования;
4. Документ о порядке оказания платных образовательных услуг, в том числе образца договора об оказании платных образовательных услуг, документа об утверждении стоимости обучения по каждой образовательной программе;
5. Документ об установлении размера платы, взимаемой с родителей (законных представителей) за присмотр и уход за детьми, осваивающими образовательные программы дошкольного образования;

- б. Предписания органов, осуществляющих государственный контроль (надзор) в сфере образования, отчетов об исполнении таких предписаний.

ПРИМЕЧАНИЕ

Образовательные организации бывают разные, следовательно, и характер информации может отличаться, а некоторые позиции из списка могут просто быть неактуальными. Например, вряд ли дошкольная образовательная организация может разместить информацию о трудоустройстве своих выпускников.

Есть в законах и другие упоминания об информационной открытости.

Пункт 5 статьи 19 «Контроль за осуществлением благотворительной деятельности» Федерального закона от 11.08.1995 №135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» гласит, что благотворительная организация обеспечивает открытый доступ, включая доступ СМИ, к своим ежегодным отчетам.

Сведения, которые должны содержаться в отчете:

- финансово-хозяйственная деятельность по использованию имущества и расходованию средств;
- персональный состав высшего органа управления;
- состав и содержание благотворительных программ (перечень и описание указанных программ);
- содержание и результаты деятельности;
- нарушения, выявленные в результате проверок, проведенных налоговыми органами, и принятых мерах по их устранению.

ВАЖНО!

Форма отчета для благотворительных организаций не регламентирована

ПРИМЕЧАНИЕ

Данный отчет предоставляется в органы юстиции. В Республике Татарстан это Территориальное управление Министерства юстиции Российской Федерации по Республике Татарстан (to16.minjust.ru), г. Казань, ул.Космонавтов, 59а, Начальник отдела: (843) 237-89-77, Заместитель начальника отдела: (843) 237-83-89, Сдача отчетности: (843) 237-84-31

Публикационная активность НКО

Публикационная активность – это объем и периодичность размещение информации об НКО на внешних ресурсах.

Публикационная активность – это анонсы, статьи, релизы, фото и видеоматериалы, которые опубликованы на специализированных сайтах, в СМИ, в том числе и электронных, на сайтах органов власти, партнёрских организаций, агрегаторах и т.д. Это могут быть публикации блогеров и независимых специалистов.

Материалы нужно стараться делать максимально качественными:

- грамотный слог;
- хороший дизайн;
- качественные фото или видеоматериалы;

Необходимо вести учет публикаций об НКО и проектах НКО. Для этого желательно вести таблицу, например в формате Excel, в которой фиксируется:

- Дата публикации;
- Название публикации;
- Название ресурса, на котором была публикация;
- Характер этого ресурса (СМИ, блог, социальная сеть, официальный сайт министерства и т.д.);
- Ссылка, по которой можно материал посмотреть (а если материал не размещен в сети «Интернет», сделайте его электронную копию и сохраните на компьютере).

ПРИМЕЧАНИЕ

Такую таблицу можно вести автономно, а можно разместить на облачных ресурсах и при необходимости указывать на неё ссылку, например, в заявках на гранты.

Значение публичного отчета для НКО

Публичная отчетность может быть очень полезна НКО для продвижения своих проектов.

Формы публичной отчетности:

- публичное мероприятие;
- отчет в виде текстового и/или графического документа (презентации).

ПРИМЕЧАНИЕ

Благотворительная организация обеспечивает открытый доступ, включая доступ СМИ, к своим обязательным ежегодным отчетам, которые должны содержать определенные сведения. Более подробно об этом читайте в разделе «Обязательные (правовые) условия к публичности НКО».

Форма такого отчета не регламентирована, поэтому очень часто такой документ делают в виде красиво оформленного буклета или брошюры, презентации и т.д.

В России проводится **Всероссийский конкурс публичных годовых отчетов СО НКО «Точка отчета»**⁴. Этот конкурс направлен на повышение доверия к некоммерческому сектору за счет развития и продвижения культуры прозрачности и отчетности НКО, а также использования инструментов отчетности для построения коммуникаций с заинтересованными сторонами.

ВАЖНО!

Обязательно принимайте участие в подобных конкурсах.

Другим видом публичной отчетности являются отчетные мероприятия по проекту, по итогам деятельности за год и другие.

Подобные мероприятия можно проводить, например, в формате круглого стола. Различные специализированные форумы, конференции, фестивали и даже специализированные журналы тоже могут быть использованы как площадки публичной отчетности о деятельности НКО и реализации социальных проектов.

⁴ Подробнее на donorsforum.ru/projects/tochka-otschyota

Рекомендации по проведению отчетных мероприятий:

- проводите такие мероприятия на территории общественных пространств;
- приглашайте партнеров, представителей органов власти, общественной палаты, общественных советов, ресурсных центров, депутатов, СМИ и других заинтересованных лиц;
- подготовьте презентации, наглядный материал, раздаточный материал;
- расскажите и покажите, что делает Ваше НКО, какие проекты и с каким результатом реализует, какие есть планы и потребности для ещё более успешной работы и реализации проектов.

ПРИМЕЧАНИЕ

Отчетные мероприятия особенно важны в рамках реализации грантовых проектов и средств.

Специальные ресурсы (агрегаторы) для НКО

В настоящее время в интернет-пространстве достаточно много специальных ресурсов (агрегаторов), на которых НКО могут разместить информацию о своей деятельности и своих проектах.

При выборе, размещать на таком ресурсе информацию или нет, рекомендуется обращать внимание на:

- репутацию ресурса;
- тематику ресурса;
- географию охвата ресурса;
- требования профильных органов власти;
- актуальность размещаемой информации;
- возможности ресурса для НКО;
- и другие.

ПРИМЕЧАНИЕ

Вряд ли НКО из небольшого района Республики Татарстана целесообразно размещать информацию о себе на каком-нибудь агрегаторе НКО Дальнего Востока. А НКО, которая занимается вопросами бездомных животных, размещаться на портале для организаций, которые работают с детьми, попавшими в трудную жизненную ситуацию. Ну и есть ли смысл размещаться там, где информация обновляется нерегулярно и не наблюдается стабильность в работе.

В Республике Татарстан есть свой специализированный ресурс **Портал некоммерческих организаций Республики Татарстан (nkort.ru)**.

В качестве примеров других подобных ресурсов можно привести, например, **Агентство социальной информации (asi.org.ru)**. Это ведущая экспертная организация российского некоммерческого сектора и профессиональное информационное агентство.

Отличным примером тематического ресурса является портал «Добро Mail.ru» (<https://dobro.mail.ru>). Это сервис для информационного сотрудничества и налаживания горизонтальных связей проверенных НКО.

Кроме того, **на сайтах муниципальных районов, как правило**, есть разделы, посвященные социальной сфере и деятельности некоммерческих организаций. Позаботьтесь о том, чтобы и на этом, можно сказать «домашнем» ресурсе, также была представлена актуальная информация о Вашей НКО.

Используя специализированные ресурсы и агрегаторы, НКО станет частью большого профессионального сообщества, повысит свою репутацию и, как следствие, информационную открытость.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

В Приложении 4 Вы можете оценить работу НКО со специальными ресурсами (агрегаторами).

Портал nkort.ru и его значение для НКО в Татарстане

Портал некоммерческих организаций Республики Татарстан (**nkort.ru**) создан в рамках программы Поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций в Республике Татарстан.

Курирует работу портала Министерство экономики Республики Татарстан.

На данном портале НКО могут **бесплатно** создать свою страничку, что, безусловно, способствует продвижению НКО и дополнительному позиционированию в медиа-пространстве.

На странице можно разместить:

- описание НКО;
- информацию о проектах;
- информацию о мероприятиях;
- новости;

- медиатеку;
- и другое.

Новости НКО, анонсы, релизы, статьи и прочие материалы проходят модерацию и публикуются на главной странице портала.

ВАЖНО!

Подобные публикации можно и нужно использовать как отчетность о публикационной активности НКО.

На портале дополнительно размещена следующая информация:

- о Ресурсных центрах поддержки СО НКО Республики Татарстан
- список проектов размещенных на портале.
- список НКО, зарегистрированных на портале.
- полезные материалы для работы НКО
- ссылка на агрегатор конкурсов и грантов - Капитан Грантов (cptgrants.org) – ресурс, который позволяет искать конкурсы и гранты для НКО, физических лиц и предпринимателей.

Виды презентаций

Большинство людей визуалы и подавляющее большинство информации воспринимаем глазами. Дайте людям возможность не читать, а смотреть информацию об НКО и проектах НКО.

Именно поэтому старайтесь обязательно визуализировать информацию и готовить презентации НКО, проекта, ну или идеи будущего проекта.

Два вида презентаций:

1. Продающие;
2. Информационные.

Информационная презентация

Информационная презентация потому так и называется, что содержит значительное количество информации. В ней преобладают цифры, факты, процессы, фотографии.

Такая презентация, как правило, по объему занимает не менее 10-15 слайдов и длится порядка 10 минут.

Такой формат презентации подходит, например, для отчетных выступлений НКО, когда необходимо рассказать об итогах реализации проекта.

Продающая презентация

Продающая презентация должна **привлекать внимание** грантодателя, инвестора, партнера, и **показать**, что НКО способна реализовать проект и средства будут потрачены строго на заявленные цели с максимальным экономическим и социальным эффектом.

Такие презентации, как правило, содержат не более 10 слайдов, а время на выступление – не более 3 минут.

«Лифтовая» презентация

«Лифтовая» презентация – это короткий рассказ о каком-либо продукте, услуге или проекте, способный привлечь внимание собеседника.

«Лифтовая» презентация является разновидностью продающей презентации.

Представьте, Вы зашли в лифт с Илоном Маском, едете на последний этаж небоскрёба и у Вас всего 30 секунд, чтобы он поверил в Вас, Ваш проект и дал Вам денег. Обычно лифтовая презентация применяется стартаперами с целью вызвать интерес у инвестора, но и для НКО такой формат тоже подходит, например, для участия в выставках.

ВАЖНО!

Понимая, какое мероприятие Вам предстоит или для каких целей Вам нужна презентация, Вы легко сможете подготовить её и по объему, и по основному содержанию, и по времени своего выступления. Главное, чтобы у Вас уже были наработки и готовые презентации, чтобы подобные изменения не занимали слишком много времени.

«Питч» треугольник

При подготовке презентаций и публичных выступлений рекомендуется использовать, так называемый, «Питч» треугольник.

В этом треугольнике наглядно показана схема, при которой Спикер направляет определенному Слушателю подготовленное Сообщение.



Рисунок 1. «Питч» треугольник

При подготовке презентации по этой схеме, нужно **поставить себя на место спикера** и ответить на 3 вопроса:

- Что я дарю слушателю?
- Почему я расскажу об этом?
- Почему для меня это важно?

Это усилит Вас как спикера и одновременно сделает выступление более эмоциональным и содержательным.

Анализируя потенциальную аудиторию, которая будет Вас слушать или смотреть презентацию, нужно постараться ответить на вопросы:

- Кто наш слушатель?
- Почему это важно для слушателя?
- Что нового я могу ему рассказать?

Это позволит сделать выступление более интересным для конкретных слушателей или экспертов, которые смотрят презентацию.

Мы анализируем наше сообщение и стараемся ответить на вопросы:

- Какая тема презентации?
- В чём суть моего проекта?
- Что я хочу, чтобы люди поняли и запомнили?

Это позволят сохранить основной стержень выступления, обогатят материал и сделают его более содержательным.

ПРИМЕЧАНИЕ

Без ответов на эти вопросы будет очень сложно подготовить качественную презентацию и выступление.

Программные продукты для создания презентаций

Ещё недавно для создания презентаций использовали исключительно PowerPoint. Однако сейчас гораздо больше программных продуктов и возможностей, которыми можно и нужно пользоваться.

Факторы, влияющие на выбор программного продукта:

- Сроки создания презентации;
- Желаемый эффект от презентации;
- Потребность в использовании инфографики, видеоматериалов, анимации;
- Создается ли презентация единолично или над этим работает команда;
- Имеется ли дополнительный бюджет;
- И другие.

Google Slides – бесплатная веб-программа для презентаций, созданная для конкуренции с PowerPoint. Среди основных преимуществ можно выделить возможность работать командой над одной презентацией в онлайн. Главный недостаток программы в скудном функционале и возможностях. По сути, можно сделать первую версию презентации удаленно командой, и потом кто-то ее дорабатывает индивидуально в оффлайне.

Canva – кроссплатформенный сервис для графического дизайна. Открывает широкие возможности для создания уникального дизайна презентации, однако за многие классные возможности и полный функционал нужно доплачивать.

Prezi – это веб-сервис, с помощью которого можно создать интерактивные мультимедийные презентации с нелинейной структурой. Prezi выглядит впечатляюще и современно, но работа ведется только в онлайн режиме.

Piktochart – простое и быстрое создание инфографики онлайн. В Piktochart сотни готовых шаблонов для крутых презентаций, но всё на английском языке.

Powtoon – сервис, представляющий собой инструмент создания бизнес-презентаций, с большой коллекцией видео- и звуковых эффектов, но опять же, всё на английском языке.

Power Point – классическая программа по созданию презентаций с простым, интуитивным интерфейсом. Сейчас готовые шаблоны Power Point выглядят устаревшим и несовременным.

ПРИМЕЧАНИЕ

Почти все программы имеют синхронизацию с Power Point, то есть Вы можете создать классную презентацию в одной из перечисленных выше программ и потом доработать и показывать ее в формате Power Point.

Ошибки и рекомендации при создании презентаций

Мы редко можем объективно оценивать свою работу и её результаты. Это касается и создания презентаций. Мы сделали презентацию и думаем «У меня классная презентация! Классный проект! Классный продукт!». А по факту получается банальность, разочарование и досада.

Качественная визуализация проекта позволяет более полно и точно воспринимать его, «видеть проект Вашими глазами», что, безусловно, повышает эффективность Вашей деятельности.

Стандартные правила подготовки презентации:

1. Используйте формат слайда (листа) 16 на 9 (16:9). В крайнем случае, используйте шаблон стандартного листа А4, например, когда Вы планируете готовить презентацию для дальнейшей печати.

ПРИМЕЧАНИЕ

Например, Power Point по умолчанию выставляет формат 4 на 3 (4:3).

2. Не используйте стандартные шаблоны. Придумывайте своё, ищите интересные варианты или соберите как конструктор из нескольких готовых шаблонов.

ПРИМЕЧАНИЕ

У НКО должен быть свой графический стиль (дизайн) и в оформлении презентаций тоже.

3. Хорошая презентация – это максимально понятный минимализм.

ПРИМЕЧАНИЕ

Вспомните презентации компании Apple. Черный фон, белые буквы, большие цифры и качественные фото. Безусловно, нужно учитывать: информационная или продающая у Вас презентация; будете ли Вы её комментировать или же её будут смотреть без Вашего участия.

4. Используйте одинаковые шрифты. Причем, желательно, чтобы по типу и размеру во всей презентации их было не более трёх. Они могут быть нестандартные, но главное, чтобы одинаковые. Так, если Вы вставляете в презентацию текст, то делайте его на всех слайдах одного типа и размера. Например, times new roman 12.

ПРИМЕЧАНИЕ

Не стоит использовать на разных слайдах разные шрифты, при одной и той же смысловой нагрузке. Например, подписи к фотографиям делать то курсивом, то жирным, то простым шрифтом, да ещё и разных размеров. Или заголовков каждого нового слайда делать то обычным шрифтом, то заглавными буквами, то 20-тым размером, то 24-тым.

5. Избегайте крупных шрифтов. Большим размером шрифта невозможно вбить информацию в голову того, кто смотрит презентацию.

6. Выберите 3-4 основных цвета. Цвета лучше использовать пастельных или приглушенных тонов, иначе картинка будет очень пестрой. При этом желательно, использовать фирменные цвета организации. Дополнительно можно использовать цветовой Круг Иттена⁵, который помогает подбирать гармоничные цветовые сочетания.

⁵ См. подробнее: цветовой Круг Иттена для создания гармоничных цветовых комбинаций [электронный ресурс] <https://www.livemaster.ru/topic/1616597-tsvetovoj-krug-ittena-dlya-sozdaniya-garmonichnyh-tsvetovyh-kombinatsij>

ПРИМЕЧАНИЕ

Некоторые цвета воспринимаются на уровне подсознания. Например, красный – как опасность, внимание, призыв к действию. А сочетание некоторых цветов очень трудно воспринимать. Например, желтый текст на синем фоне. Или светлый текст на белом фоне. Выберите хорошее восприятие в угоду псевдокрасивой картинке.

7. Все фотографии должны быть качественными, яркими, сделанными на мероприятиях НКО, и показывать события, которые происходили в организации в процессе её работы и реализации проектов.

ПРИМЕЧАНИЕ

В отдельных случаях фотографии очень хорошо иллюстрируют проект по модели «было – стало – будет» или «текущее состояние – планируемые изменения в рамках проекта – итоговый результат».

8. Используйте нестандартные подходы к визуализации.

ПРИМЕЧАНИЕ

При подготовке презентации по проекту, неизбежно сталкиваешься с потребностью указывать цифровые данные. Очень часто это бывают таблицы. Можно использовать стандартный формат подачи материала, а можно использовать визуальные решения.

9. Старайтесь идти в ногу со временем в использовании визуальных решений. Ещё вчера были актуальны «человечки», но сегодня актуальны инфографика и иконки.

ПРИМЕЧАНИЕ

Нужно помнить, что иконки во всей презентации должны быть выполнены в едином стиле. Это не занимает много времени, но придает презентации законченный вид.

10. Синхронность смысла текста и рисунка, графики, иконок или фотографий.

ПРИМЕЧАНИЕ

В презентации Вы говорите, что у Вас увеличивается число благополучателей, а иконку поставили с нисходящим графиком. Или Вы

разместили фотографию и подписали, что мероприятие посетило более 100 человек, вот только на фотографии людей не более 10.

11. Рисунок, лучше текста, а фотография лучше рисунка. Движение же привлечет ещё больше внимания.

ПРИМЕЧАНИЕ

Помните, что использование видео или анимации должно быть обосновано, с соблюдением технических условий для воспроизведения таких материалов. Согласитесь, поэтапное появление информации по ходу изложения материала воспринимается гораздо лучше, чем весь объем информации сразу. При этом важно понимать, кто будет демонстрировать презентацию.

Структура презентации (заявка на грант)

К заявке на конкурс (на грант), как правило, можно приложить презентацию своего проекта. При этом структура презентации во многом повторяет разделы самой заявки. Так что можно сказать, что Вы визуализируете свою заявку.

Рекомендуемая структура презентации:

1. Название НКО и название проекта;
2. Направление проекта, проблематика, благополучатели;
3. Ретроспектива (портфолио) проекта (НКО);
4. Краткое описание проекта, цель и задачи;
5. Сроки исполнения и география проекта;
6. Команда проекта;
7. Ресурсы и партнеры проекта;
8. Механизм реализации проекта;
9. Бюджет проекта, потребности в рамках проекта;
10. Планируемые результаты проекта;
11. Перспектива проекта (дальнейшее развитие).

Подготовленную презентацию можно приложить к заявке в виде, например, файла PDF, или разместить в облачном сервисе и дать на неё ссылку в тексте заявки, или сделать цветную распечатку и приложить к заявке, которая подается в бумажном виде.

Структура презентации (публичная презентация проекта)

Ещё одним видом презентации, которые НКО могут использовать в своей работе, могут быть презентации для публичных (отчетных) мероприятий.

Вы выиграли грант, реализуете проект или реализовали его. Хорошо бы показать общественности, СМИ, органам власти, какую работу Вы проделали и на что потратили средства.

Рекомендуемая структура презентации:

1. Название НКО и название проекта;
2. Проблематика и благополучатели;
3. Цель и задачи проекта;
4. Сроки исполнения и география проекта;
5. Команда проекта;
6. Механизм реализации проекта;
7. Основные мероприятия проекта (что сделано в рамках проекта);
8. Итоги реализации проекта;
9. Партнеры и поддержка проекта;
10. Перспектива проекта (дальнейшее развитие);

ПРИМЕЧАНИЕ

В целом структура презентации напоминает структуру грантовой заявки, которую можно использовать в качестве приложения к ней. В отличие от рассмотренной ранее продающей презентации, эта презентация будет являться информационной. Поэтому некоторые разделы могут быть на двух, трёх и более слайдах. Например, раздел «Основные мероприятия проекта».

Как правило, подобные презентации не только показывают, но и комментируют в течение 10-15 минут. При этом спикер может самостоятельно переключать слайды презентером или использовать для этих целей помощника. Кроме того, в презентации можно использовать анимацию.

ПРИМЕЧАНИЕ

Такую презентацию, НКО может разместить на своих интернет-ресурсах в качестве демонстрации опыта реализации социальных проектов, в том числе приложить к информационному отчету по гранту.

Структура презентации (презентация для потенциальных партнеров)

Что делать, если возникла необходимость направить письмо потенциальному партнеру, или Вам нужно сделать короткую презентацию на выставке, или потенциальный меценат хочет быстро познакомиться с Вами и Вашими проектами? На этот случай желательно, чтобы у Вас был третий вариант презентации. И эта презентация на 100% должна быть продающей.

Рекомендуемая структура презентации:

1. Название организации и название проекта
2. История НКО (Сторителлинг)
3. Потребности бизнеса (партнёра, благополучателей)
4. Ценностное предложение
5. Возможности НКО
6. Конкурентные преимущества
7. Потребности для реализации проекта
8. Контактная информация

ПРИМЕЧАНИЕ

В таких презентациях важно сделать акцент на ценностное предложение для потенциального партнера, а также ваши конкурентные преимущества. Почему Вы лучше? Почему Вы сделаете проект круче, ярче, эффективнее? Почему партнёру (предпринимателю) должно быть интересно с Вами поработать?

Два типа спикеров

В практике НКО часто возникают ситуации, при которых нужно провести публичное выступление по презентации, рассказать об НКО или проекте перед аудиторией.

В этот момент руководитель НКО, или руководитель проекта, или просто представитель организации (проекта) становится спикером или оратором.

Спикер (от английского speaker – оратор) - председатель палаты общин в Великобритании, а также нижних палат в парламентах некоторых других государств.

Однако в повседневной жизни спикер – это тот, кто выступает, произносит речь, доклад и т.п. на каком-либо мероприятии или в средствах массовой информации: докладчик, интервьюируемый и т.п.

Каждый человек уникален, однако, всех спикеров можно условно разделить на 2 типа.

Два типа спикеров:

1. Спикеры-логики
2. Поточковые спикеры

Спикеры-логики

Такие спикеры в своей речи используют такие слова, как система, команда, идея, цель и миссия.

Для таких спикеров важны первые 3-5 минут выступления.

Часто, такие спикеры начинают работу с аудиторией через вопросы. Это важно для установления контакта.

Для такого типа спикеров рекомендуется:

1. Четко заучивать структуру выступления;
2. Проработать все блоки выступления;
3. Развивать эмпатию (осознанное сопереживание текущему эмоциональному состоянию другого человека без потери ощущения происхождения этого переживания).

Поточковые спикеры

Это эмоциональные спикеры, спикеры «харизматики», которые часто не укладываются в тайминг выступления.

Такие спикеры редко основательно и структурированно готовятся к своим выступлениям. Как правило, чем больше такой тип спикеров готовится к выступлению, тем хуже оно у него получается.

Кроме того, таким спикерам важно эмоционально «проживать» своё выступление.

Для такого типа спикеров рекомендуется:

1. Начинать подготовку буквально за день до выступления;
2. Готовить своё выступление тезисно.

ВАЖНО!

Для всех типов спикеров важна заранее подготовленная презентация (визуализация) выступления.

Для спикеров-логиков – это четкая структура выступления.

Для потоковых-спикеров – это тезисы и внешний фактор, который позволяет удерживать выступление в едином ключе и тайминге.

Прямые трансляции (стримы) для НКО

Онлайн формат работы уже не является уникальным, а скорее обыденным, привычным, а главное доступным форматом работы. Раньше мы могли зайти в интернет и посмотреть лекции, концерты, выступления спикеров... но в записи.

Работа в реальном времени, прямые трансляции или «стримы» стали главным трендом формата работы огромного числа организаций, особенно в 2020 году.

Стрим (англ. Stream – поток) – сленговое название прямых трансляций.

Любое событие можно транслировать в прямом эфире и сохранять в записи!

ВАЖНО!

Стримы имеют высокую конкурентность выбора – в топовое время одновременно в одном только Инстаграм может идти несколько десятков прямых эфиров, а еще ZOOM, YouTube, приглашения на вебинары на других площадках и возможность посмотреть интересный контент, который уже сохранен в записи.

При выборе формата и площадки проведения стрима, важно определиться с задачами, которые решает выход в прямой эфир. И они должны быть созвучны с целями работы НКО.

Старайтесь выбирать для трансляции ту социальную сеть (Инстаграм, Фейсбук, ВКонтакте, YouTube или другие), где у НКО самая большая целевая аудитория. И не забывайте заранее анонсировать свои мероприятия.

Стрим – это реальная возможность поделиться результатами и показать уровень работы НКО!

Задачей стрима может быть демонстрация работы НКО благотворителям, грантодателям или партнерам. Важно показывать или напомнить, что НКО существует, активно работает и имеет определенные достижения.

Этой задаче может поспособствовать трансляция с любого события – будь то повседневная работа, например, тренировки с детьми, обзор вашего офиса, трансляция участия сотрудников в круглых столах и многое другое.

Задача	Решение
Показать работу НКО целевой аудитории и партнёрам	Прямой эфир с мероприятия, обзор работы НКО в прямом включении

Стрим – это возможность развиваться как экспертам!

Другой задачей может быть демонстрация уровня Вашей экспертности, «дружбы» команды НКО со значимыми и уважаемыми в профессиональном сообществе людьми или организациями.

Здесь вам могут помочь совместные прямые эфиры с экспертами (такой формат доступен в Инстаграм), экспертные интервью, формат видеоответов эксперта или ваших сотрудников на вопросы аудитории.

Задача	Решение
Показать уровень экспертности НКО	Интервью с экспертом, совместный прямой эфир с экспертом, ответы на вопросы аудитории

Стрим – это возможность собрать средства!

Поскольку в дни изоляции в онлайн ушли и многие развлечения – задачей прямого эфира может стать и сбор пожертвований через какие-то культурные мероприятия. Вы можете провести онлайн концерт, квиз или что-то похожее, чтобы собрать средства для проекта или какой-то цели.

Задача	Решение
Развлекательный контент для сбора пожертвований	Онлайн концерт, онлайн квиз, зум-квартирник

ВАЖНО!

Онлайн – это особое пространство работы, в котором есть свои плюсы и дополнительные возможности. Нужно только их правильно применять в текущей деятельности НКО.

Технология создания видеоконтента

Видеоконтент в социальных сетях представлен в двух форматах

1. онлайн трансляция (стрим);
2. записанное видео.

Записать видео можно по-разному. Всё зависит от бюджета. А можно опубликовать запись прямого эфира, например, из Инстаграм.

ВАЖНО!

Социальные сети – это очень динамичная площадка размещения информации. Видеоконтент, актуальный, полезный и интересный сегодня, уже завтра, как правило, становится историей. Поэтому стоит задуматься, а стоит ли тратить серьезные средства и много времени на его создание.

Многое зависит от того, какие задачи решает видео:

- Показать работу НКО;
- Привлечь внимание к проекту;
- Собрать средства;
- Пригласить волонтеров;
- Выступить экспертами;
- И другое.

Маленький яркий, эмоциональный ролик поможет познакомить с работой НКО или привлечь внимание к проблеме или социальному проекту. А может быть Вам нужно собрать средства на благое дело или привлечь к работе НКО волонтеров?

Основательное описание чего-либо с доказательной базой, опытом работы, кейсами и общением со специалистами может показать, что Вы и Ваше НКО являются экспертами в данном вопросе.

ВАЖНО!

Даже простой видеоконтент делайте качественно!

Правила подготовки видео:

1. Подготовьте сценарий, или программу, или план видео. Так в дальнейшем проще будет записывать и монтировать материал, а также делать какие-либо вставки.
2. Используйте качественное оборудование, даже если это простой смартфон.
3. Используйте наушники с микрофоном или профессиональный микрофон.
4. Используйте дополнительный свет или проводите съемку в хорошо освещенном месте. И уж точно не напротив окна. Используйте кольцевую лампу, чтобы получить равномерный, яркий свет, благодаря отсутствию теней лицо будет хорошо освещено.
5. Применяйте штатив или селфи-палку для более качественной или удобной съемки.
6. Воспользуйтесь несколькими камерами, если хотите сделать более интересный монтаж. Не забывайте, что камера должна быть направлена так, чтобы снимать основного спикера или событие, а не всё лишнее вокруг. Частая ошибка, например, съемка снизу. Такая съемка покажет множество подбородков, увеличит размер ног и непропорционально уменьшит голову и тогда даже самый красивый человек может показаться монстром.
7. Используйте презентации или иной дополнительный материал во время съемки и (или) монтажа. Многие люди лучше воспринимают визуальную информацию.
8. Используйте удобные и интуитивно понятные программы для монтажа. Монтировать можно и в телефоне (Бесплатные программы обычно оставляют свой логотип в углу ролика, а при оплате приложения – логотип удаляется). Например, imovie и filmr.

Цифровизация деятельности НКО: переход к онлайн-работе с аудиторией

2020 год стал поворотным в пересмотре форматов проведения мероприятий. Совещания, занятия, мастер-классы, концерты, экскурсии и многое другое перешло в онлайн формат. Появились специальные программы для компьютеров и смартфонов для онлайн работы с аудиторией.

Преимущества онлайн работы:

- Безопасно;
- Дешево;
- Массово;
- Безгранично;
- Сохраняется цифровой след.

ВАЖНО!

Если даже люди так и не посмотрят онлайн трансляцию или запись видео от начала и до конца, они увидят, что НКО активно ведет свою деятельность.

При онлайн формате работы велика вероятность «заполучить» иногородних экспертов – ведь в интернете они перестают быть сложно доступными.

Риски перехода в онлайн:

Без эмоционального контакта люди часто «выпадают» из процесса. Запускают параллельно другие эфиры или программы, занимаются домашними делами или параллельными задачами, быстро покидают прямой эфир, решив, что посмотрят когда-нибудь потом, в записи – но скорее всего, уже никогда.

Как удержать аудиторию:

- Хороший модератор. Найдите хорошего модератора. Такого, который не постесняется прервать слишком нудного и затянувшего выступление спикера, украсит происходящее доброй шуткой и сможет резюмировать главное в речи спикеров.
- Интерактивы. Запустите параллельные процессы – предлагайте участникам задавать в чат вопросы или писать комментарии, голосовать по ссылке (только обязательно озвучивайте результаты), участвовать в каких-то интерактивах, вроде постов в социальных сетях и так далее.

- Подключение к эфиру. По возможности всегда задавайте вопросы участникам и подключайте их к беседе – банальная смена голоса в эфире сделает онлайн интереснее.
- Короткие отрезки. В некоторых эфирах предпочтительнее работать отрезками, предлагая участникам сделать задание или что-то посмотреть вне эфира.
- Регламент. Всегда соблюдайте регламент! Затянувшееся мероприятие раздражает и в обычной жизни, а в онлайн тем более.
- Геймификация. Если у вас серьезный формат выступления – можно добавить элементы геймификации. Пообещайте в конце разыграть подарок или рассказать что-то самое интересное. Заинтригуйте тех, кто дождется конца эфира, каким-то сюрпризом.

ВАЖНО!

Не игнорируйте технические требования! Об этом более подробно рассматривалось в разделе «Технология создания видеоконтента».

Сайт как основной инструмент информационной открытости НКО

Некоммерческие организации должны вести свою деятельность максимально открыто и прозрачно. Безусловно, одним из наиболее доступных инструментов для обеспечения информационной открытости и размещения всего массива информации от НКО – это сайт в сети «Интернет».

ВАЖНО!

Кроме сайта, НКО может присутствовать в сети Интернет и в социальных сетях (ВКонтакте, Фейсбук, Инстаграм, YouTube и другие). Это более динамичные ресурсы, однако и возможности для полноценного размещения контента НКО, как правило, ограничены.

Собственный сайт открывает для НКО широкие возможности для размещения контента за достаточно приемлемый бюджет и вполне легко адаптируется под запросы и развитие.

Контент (от английского content – содержание) – это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта.

Сайт для НКО – это офис в формате 24/7.

На сайте Вы можете рассказать о миссии, деятельности и услугах вашей НКО. Материалы на сайте могут повысить доверие посетителей к НКО и проектам. С помощью сайта НКО может собрать нужные средства.

Сайты условно подразделяются на:

1. Простые одностраничные или лендинги;
2. Сложные с разветвленной структурой.

Базовые принципы создания сайта:

1. Сайт должен быть достаточно быстрым, чтоб посетитель не ждал загрузку страниц более 3 секунд;
2. Сайт должен работать по безопасному протоколу https за счет установки так называемого SSL сертификата;
3. По сайту должна быть интуитивная навигация и минимум промотки вниз;
4. Сайт должен быть адаптирован под любое устройство, на котором отображается. Прежде всего, это смартфоны. При этом не должно страдать удобство использования;
5. Дизайн и оформление сайта не должен вызывать отторжение и желание закрыть браузер;

Жизненные циклы сайта:

1. Этап создания;
2. Этап жизни и владения сайтом;
3. Этап продвижения.

ВАЖНО!

Каждый этап имеет свою стоимость.

Этап создания

На этапе создания или разработки сайта принимается решение о том, каким он должен быть в плане структуры и дизайна, какой контент должен быть размещен и какие возможности предоставлять посетителям.

Также самостоятельно или совместно со специалистами создается сначала прототип будущего сайта, а затем и его макет с учетом дизайна. И после того как есть понимание конечного результата, переходят непосредственно к разработке сайта.

Варианты создания сайт:

1. Использовать готовый сервис-конструктор (например, Tilda, Битрикс, WordPress, Joomla). По своей сути, это аренда. Вы платите каждый месяц за сам сайт и платформу с определенным набором функций, но при этом полностью не владеете им. Этот вариант подойдет тем, кому кроме публикации контента в виде текста, фото и видео больше ничего не требуется.
2. Сделать сайт полностью под себя, силами своей команды или привлеченных специалистов. Этот вариант подходит тем, кто хочет сделать, что то более серьезное, предоставив посетителям дополнительные онлайн-сервисы или организовать сбор средств на сайте. В этом случае вы самостоятельно, а ещё лучше с помощью программистов и дизайнеров разрабатываете нужный функционал на сайте.

Этап владения сайтом

На этом этапе основными затратами становятся: Покупка доменного имени или адреса для сайта. Покупка хостинга или услуг по предоставлению ресурсов для размещения сайта. И затраты на наполнение сайта контентом. Все это является неотъемлемой частью жизни сайта в сети Интернет.

Этап продвижения

Это весь комплекс мероприятий проводимых как, на сайте, так и за его пределами, основная цель которых – привлечь как можно больше посетителей на сайт.

Основные составляющие размещения сайта в сети Интернет:

1. Домен или доменное имя. Это адрес в сети Интернет, по которому сайт будет доступен для пользователей и по которому они смогут перейти, чтобы познакомиться с НКО и ее деятельностью. Желательно, чтобы имя сайта было запоминающимся и связано с НКО.
2. Хостинг. Это место, где размещается сайт со всем контентом. Это специальный компьютер - сервер, работающий 24 часа в сутки. Его

предоставляет компания хостинг-провайдер. От стабильности работы провайдера и сервера зависит стабильность работы сайта.

ПРИМЕЧАНИЕ

Доменное имя состоит из домена верхнего (первого) уровня – начальная точка отсчёта (справа налево), с которой начинается доменное имя в интернете (например, ru, org, com и др.) и домена второго уровня – собственно название сайта (например, krfu), разделенных между собой точкой. Доменное имя может быть написано кириллицей и иметь разрешение рф (например, президентскиегранты.рф).

ВАЖНО!

Домен и хостинг – это постоянные издержки, оплачивать которые необходимо ежегодно.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

В Приложении 2 Вы можете изучить алгоритм развития сайта и страниц НКО в социальных сетях.

Площадки публичных презентаций проектов

Некоммерческие организации делают много нужных, важных и полезных дел. Они развивают социальную сферу, заботятся о природе, животных, людях, территориях. Развивают инфраструктуру. Но, к сожалению, мало говорят о своих добрых делах.

НКО должны стараться говорить о своих проектах, выносить их на обсуждение, собирать специалистов, приглашать экспертов, партнёров, друзей. Обязательно приглашать журналистов и своих непосредственных благополучателей.

Площадки проведения презентаций:

- Общественная палата;
- Культурные центры;
- Ресурсные центры поддержки НКО;
- Учебные заведения;
- Форумы, выставки, конференций и т.д.;
- Собственные площадки;
- Виртуальные площадки.

Кого приглашать на презентации проектов:

- Представители профильных министерств и ведомств;
- Представители муниципальных органов власти;
- Представители Общественной палаты и Общественных советов;
- Представители Ресурсных центров поддержки СО НКО и других объектов инфраструктуры поддержки;
- Действующие и потенциальные партнёры проекта;
- СМИ;
- Благополучатели.

Форматы проведения презентаций:

- круглый стол;
- конференция;
- деловой завтрак;
- выставочное мероприятие;
- экскурсия;
- прочее.

Рекомендуемая продолжительность такого мероприятия – не более 1 часа.

Дополнительные материалы к презентации:

- Раздаточный материал;
- Стенды;
- Press-Wall;
- Фотозона;
- Образцы продукции;
- И другое.

ВАЖНО!

Не забывайте, что на мероприятии необходимо провести качественную фото- и видеосъемку, сделать соответствующие публикации, собрать ссылки на все опубликованные материалы.

Проведение мероприятий

Некоммерческие организации регулярно проводят различные мероприятия. В рамках текущей деятельности, грантовых проектов, благотворительных программ, сотрудничества с органами власти и так далее.

Каждое мероприятие – это кирпичик информационной открытости НКО, или так называемые, инфоповоды.

ПРИМЕЧАНИЕ

Любое мероприятие НКО может отразить на своих интернет ресурсах, а при более значимых событиях и масштабах – привлечь внимание журналистов. В любом случае – это возможность лишний раз упомянуть о себе и обновить ленту новостей.

Правила проведения мероприятий:

- Фотографируйте. Побольше качественных, красивых, постановочных фотографий, которые прекрасно будут смотреться в новостях, и фотографий общего плана, чтобы можно было оценить масштаб мероприятия и количество участников.
- Регистрируйте. Фиксируйте участников. Для этого достаточно устроить небольшое регистрационное мероприятие или организовать регистрацию онлайн, например, с помощью сервиса TimePad.
- Пишите. Пишите релизы о мероприятии (пресс-релиз за несколько дней до мероприятия и пост-релиз сразу после).
- Распространяйте. Размещайте информацию как минимум на своих ресурсах. И распространяйте релизы. И, как правило, не только Вы, но и обязательно кто-то ещё разместит информацию на своих ресурсах, если он качественный, интересный и актуальный.

ВАЖНО!

Не забывайте мониторить интернет-ресурсы и вести таблицу публикаций. Все материалы сохраняйте в электронном виде, сортируйте по папкам и в дальнейшем будет легче подобрать материал, например, для подготовки очередной презентации или отчета, оформления заявки на грант и т.д.

Мессенджеры

Современные технологии открывают перед НКО отличные возможности для информационной открытости и оперативности работы с информацией. Прекрасный пример, который есть в смартфоне у каждого – это мессенджеры.

Мессенджер (от английского «messenger» – курьер) – это специальное приложение или программа, которую скачивают и устанавливают на смартфон или компьютер.

Основная цель мессенджеров – это мгновенный обмен текстовыми сообщениями, фото, картинками, видео или документами. Также можно совершать звонки при помощи аудио или видеосвязи.

Наиболее известные мессенджеры в дополнительном представлении не нуждаются:

- WhatsApp
- Telegram
- Viber
- Skype

Главный инструмент мессенджеров в вопросах обеспечения информационной открытости НКО – это создание группы.

Группа – это объединение команды НКО, благополучателей НКО вне зависимости от их места расположения, мобильности, часовых поясов и т.д. По сути, это коммуникационная сеть, которая может только разрастаться и ограничивается только качеством и доступностью Интернета, а также установкой мессенджеров на смартфонах конкретных лиц.

Цели создания группы в мессенджерах:

- под организацию;
- под конкретный проект;
- под оперативную ситуацию.

ПРИМЕЧАНИЕ

Во всех мессенджерах можно разместить для группы специально созданную аватарку (картинку) и краткое описание группы.

Группы в мессенджерах обеспечивают:

- оперативное общение;
- размещения анонсов, объявлений, срочных посланий;
- обмен информацией между участниками;
- обсуждения вопросов;
- и так далее.

ПРИМЕЧАНИЕ

Некоторые мессенджеры позволяют создавать боты (специальная программа, выполняющая автоматически и/или по заданному расписанию какие-либо действия, например, рассылку сообщений) и публичные каналы (доступны в глобальном поиске и на них может подписаться любой пользователь мессенджера).

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

По алгоритму, представленному в Приложении 3, Вы можете оценить уровень работы НКО в мессенджерах.

Сервисы e-mail рассылок

Одним из способов взаимодействия НКО с целевой аудиторией может быть электронное письмо.

Вы подготовили информационное сообщение, или Вы хотите проанонсировать мероприятие, а может быть есть срочные новости. Как это разослать значительному количеству людей? Всё чаще организации выбирают сервисы рассылки электронных писем.

Существует много решений для создания рассылок по почте, и еще больше — сочетаний этих решений. И многое зависит от того, в какой сфере организация ведет свою деятельность, а главное, какие задачи необходимо решать с помощью e-mail рассылок.

Сервисы e-mail рассылок:

- MailChimp
- SendPulse
- SendSay
- Sendinblue

- Zoho Campaigns
- BenchMark
- Vertical Response
- UniSender
- Coga System
- Mail 365
- GetResponse

Как правило, работа сервисов гораздо шире, чем просто рассылка электронных писем. Поэтому рекомендуем сначала провести сравнительный анализ, почитать описания, отзывы и изучить интерфейс сервисов.

Базовые возможности сервисов:

- Сбор электронных адресов;
- Хранение и сегментация базы электронных адресов;
- Использование готовых шаблонов писем/сообщений;
- Создание шаблонов писем;
- Отправка e-mail по базе;
- Анализ эффективности рассылки.

ПРИМЕЧАНИЕ

Нужно помнить, что бесплатные версии сервисов рассылки электронных писем имеют ограничения по количеству адресов в базе.

Деловые письма

В век высоких технологий и скоростей, письмо не теряет своей актуальности.

Формы общения:

- личное обращение (лучше всего);
- обращение по телефону, в том числе через мессенджеры;
- письмо по электронной почте;
- письмо по почте;
- социальные сети.

Функции делового письма:

1. Объясняет, почему НКО обратилось именно к данной организации.
2. Объясняет, необходимость данного проекта и суть проблемы, содержит ясную информацию о задачах, ожидаемых результатах, методах и стоимости выполнения проекта.
3. Убеждает, почему именно НКО способна выполнить такой проект, характеризует деятельность, достижения и квалификацию организации.
4. Указывает возможные выгоды от участия в проекте, возможные формы партнёрства.

Некоторые правила написания делового письма:

- Минимум упоминаний об НКО. Большинство доноров (партнёров) гораздо больше заботит проблема развития собственной организации и имиджа.
- Положительный эффект от сотрудничества для партнёра. Доноров гораздо больше волнует результат или положительный эффект, а говоря о своей НКО, вы упускаете возможность сказать о том, что по-настоящему волнует ваших потенциальных партнёров;
- Не говорите обо всем сразу. Нет смысла перечислять все проекты НКО или говорить о её миссии и целях. Выберите один проект, который будет понятен и близок вашему потенциальному донору.
- Подчеркивайте нужное. Как правило, никто из доноров не располагает временем для чтения письма с просьбами о пожертвовании от начала до конца. Чаще всего, письма читают «по диагонали» и если в этот момент попадается выделенная ключевая фраза, они, вероятно, перестанут сканировать текст и прочтут её.
- Не говорите о нужде, говорите о возможностях. Попросите потенциального партнёра поддержать позитивные изменения, внося вклад в развитие проекта.
- Не просите денег, говорите о сотрудничестве. Кроме денег, поддержать проект можно оборудованием, материалами, специалистами, инфраструктурой, возможностями реализации вашей продукции или размещения информации о Вас и т.д.
- Сформулируйте ясное конкретное предложение. Почему необходимо пожертвование (партнёрство) и чего оно позволит достичь. Сделайте акцент на необходимости помочь именно с конкретным проектом и подробно расскажите о позитивных изменениях, которых позволит достичь ваше партнёрство.

Некоторые правила подготовки делового письма:

- уместить письмо на 1 странице (максимальный объем);
- оформить на фирменном бланке НКО (с логотипом и реквизитами);
- быть аккуратными в оформлении (поля, выравнивание, размер шрифта, межстрочный интервал и т.д.);
- быть грамотными;
- избегать терминов, мудреных фраз, канцелярщины.

ПРИМЕЧАНИЕ

К письму желательно приложить презентацию, в которой наглядно и более подробно можно представить НКО, проект, предложение. Визуальный материал воспринимается гораздо лучше, а значит формируется более четкое понимание содержания письма.

ВАЖНО!

Более правильным действием будет то, что через письмо Вы «напроситесь» на личную встречу, на которой уже более подробно можно изложить все идеи, предложения, просьбы и просто познакомиться.

Пресс-кит

Пресс-кит – это комплект текстовых, аудио- и визуальных документов, в которых содержится подробная информация об НКО, проекте или событиях.

ВАЖНО!

Пресс-кит – это история НКО, подготовленная, как правило, для журналистов, но пресс-кит может служить и для обеспечения информационной открытости НКО в конкурсах и грантах. Поэтому пресс-кит желательно готовить со всей ответственностью, актуализировать и делать максимально доступным.

Ещё недавно пресс-кит представлял из себя папку с документами, подборками материалов, фотографий и так далее и тому подобное. Сейчас это может быть подборка материалов, размещенная на сайте НКО или на облачном хранилище. Это удобно и позволяет оперативно делиться нужными материалами.

Содержание пресс-кита:

1. Бэкграундер НКО или информационного материал об НКО, профиле деятельности, продуктах и услугах, истории создания, развития и т.д.;
2. Тексты статей с более развернутой информацией, подготовленные для публикации, об НКО, а также проводимых мероприятиях и реализуемых проектах;
3. Релизы (шаблоны релизов) текущих и прошедших мероприятий и проектов;
4. Биографические справки команды НКО/проекта (как вариант может быть информация на сайте sozidateli.ru);
5. Брошюры, буклеты, листовки и прочее о деятельности НКО, проектах и мероприятиях;
6. Фотоматериалы;
7. Видеоматериалы;
8. Подборка наград, благодарственных писем и т.д.

Задача пресс-кита – дать возможность тем, кто хочет рассказать о Вас, сделать это наиболее качественно. Поэтому именно Вы заинтересованы, чтобы в статьях или постах об НКО или проекте были самые правильные описания, самые лучшие фото, верные формулировки, точные цитаты.

ПРИМЕЧАНИЕ

Материалы из пресс-кита могут быть использованы журналистами при написании статей или блогерами при подготовке обзоров.

В профессиональном сообществе вместе с понятием «пресс-кит» часто применяется понятие «брендбук».

Брендбук – руководство по фирменному стилю (идентичности), которое включает в себя подробное описание использования основных элементов и атрибутов бренда.

Основное содержание брендбука:

- логотип и правила его использования;
- использование шрифтов;
- цветовые решения;
- визуальные решения

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Вы можете оценить уровень подготовки пресс-кита НКО, заполнив чек-лист, представленный в Приложении 5.

Пресс-релиз

Пресс-релиз – это информационное сообщение для прессы, СМИ, содержащее в себе новость об организации, проекте, событии.

ПРИМЕЧАНИЕ

Оформляется пресс-релиз на фирменном бланке организации, в котором содержится наименование НКО, логотип и основные контакты.

Структура пресс-релиза:

1. Заголовок. Содержательный, краткий и «яркий». Заголовок должен привлекать внимание, интриговать, «зацепить взгляд».
2. Первый абзац или лид. Лаконичный, информативный и интересный. Как правило, не более 1-2 предложений.
3. Тело текста. Основное послание релиза. Текст должен быть лаконичным, интересным, эмоциональным. Избегайте канцелярщины и перечисления через запятую псевдо обязательных составляющих. Также, уместно вставить яркую цитату организаторов, гостей или участников события.
4. Контактная информация представителя организации, с которым можно оперативно связаться.
5. Краткая справочная информация или бэкграунд о самой организации и/или реализуемых проектах.

ВАЖНО!

Сопроводите релиз 2-3 хорошими фотографиями.

Релиз рекомендуется направлять за 2-3 дня до мероприятия, а иногда и ещё раньше, чтобы журналисты успели спланировать свой приезд.

По итогам проведения какого-либо мероприятия можно и даже нужно подготовить релиз и сделать его рассылку. Только такой релиз, как правило, носит название пост-релиз.

Пост-релиз – это информационный материал, подготовленный по итогам мероприятия.

Поддержка НКО в информационной открытости

Информационная открытость – это достаточно серьезное и большое направление работы, которое требует определенного времени и знаний.

Кто может обеспечить информационную открытость НКО:

- Руководитель НКО может взять все обязанности по информационному сопровождению на себя, однако это будет серьезно отвлекать от других обязанностей;
- Специалист или специалисты по медиа-продвижению в штате НКО. Если есть такая возможность – это замечательно. Только это не всегда целесообразно и экономически обосновано.
- Сторонние специалисты, привлекаемые по гражданско-правовым договорам, в том числе самозанятые, или волонтеры. Однако это всегда сопряжено с определенными рисками. Например, у волонтера просто может не оказаться достаточного времени для регулярной работы.
- Специализированные организации, что, как правило, требует отдельного бюджета.

В поддержку НКО функционируют **бесплатные ресурсы**, направленные на развитие информационной открытости:

1. Образовательные платформы. Например, **Медиа Школа НКО** (schoolnko.ru).
2. Интернет-ресурсы, посвященные медиа активностям НКО. Например, **Открытые НКО** (dobro.live).
3. Существуют IT-решения, позволяющие, например, бесплатно создавать сайты. Например, **Tilda Publishing** (tilda.cc).
4. Агрегаторы НКО и социальных проектов. Например, в Татарстане это **Портал НКО Республики Татарстан** (nkort.ru).

ВАЖНО!

По вопросам информационной открытости НКО в Республике Татарстан можно обращаться в Ресурсные центры поддержки СО НКО. Контактная информация представлена на сайте nkort.ru в разделе «Ресурсные центры».

Чек-лист информационной открытости НКО

1. Интернет-ресурсы НКО

Интернет-ресурсы	Отметка о наличии ресурса у НКО (+/-)	Ссылка(-и) на страницу НКО
Собственный сайт		
Социальные сети	Instagram	
	ВКонтакте	
	Facebook	
	Twitter	
	Одноклассники	
	Другое (укажите)	
Агрегаторы НКО	nkort.ru	
	Агентство Социальной Информации	
	НКО Поволжья	
	Добро Mail.ru	
	Другое (укажите)	
Мессенджеры	WhatsApp	
	Telegram	
	Viber	
	Другое (укажите)	

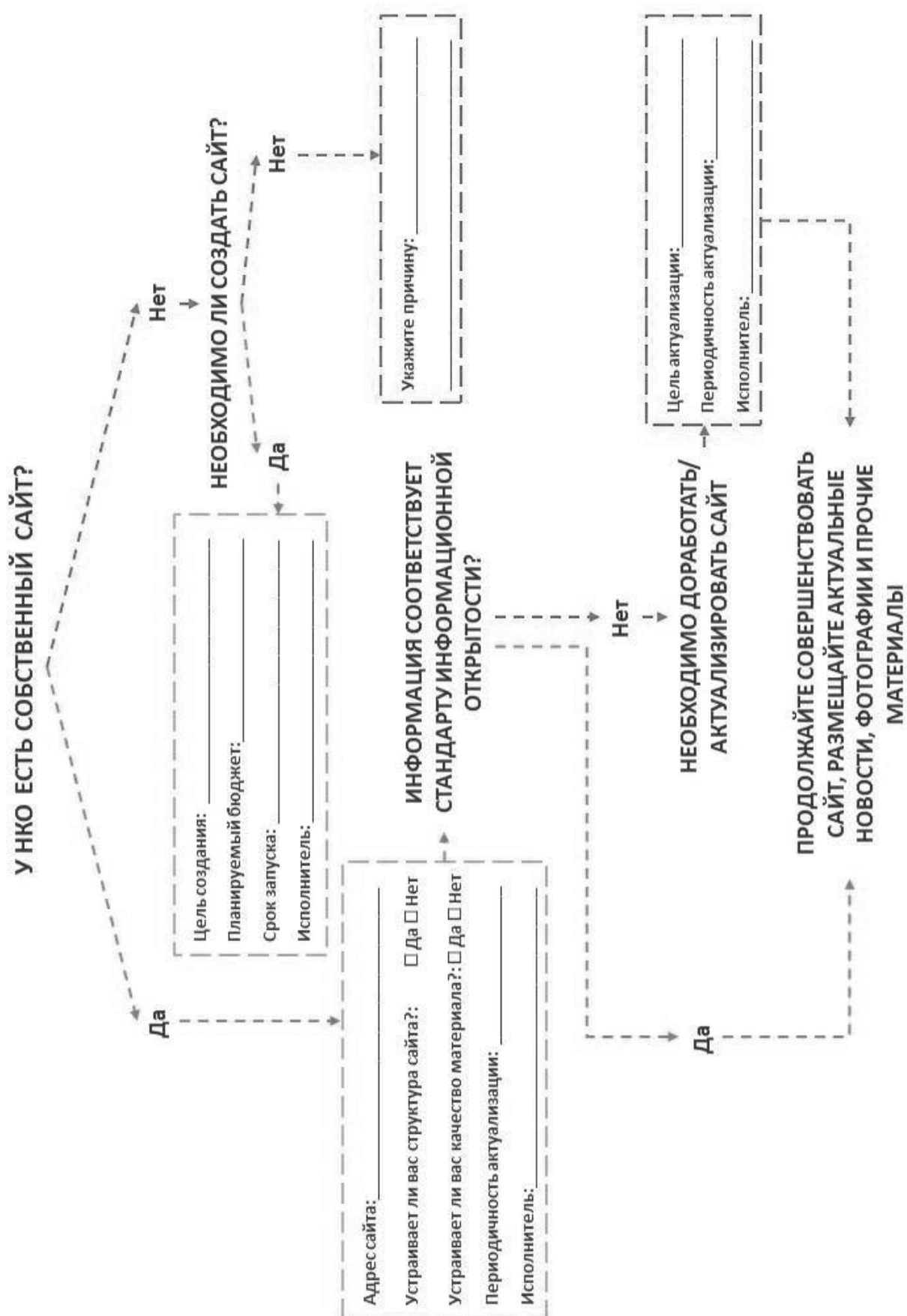
2. Сведения об НКО, которые размещены на официальном интернет-ресурсе

Адрес основного интернет-ресурса: _____

*Просим Вас отметить знаком «+» ответ в той колонке, который соответствует Вашей НКО

Сведения об НКО	Информация присутствует	Информация присутствует частично	Информация отсутствует
1 УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ			
Название организации (Полное и сокращенное название НКО в соответствии с Уставом)			
ИНН (Уникальный идентификационный номер)			
ОГРН, дата регистрации (Основной государственный регистрационный номер)			
Адрес организации (Адрес регистрации юридического лица и фактический адрес НКО)			
Сведения об учредителях (Ф.И.О. учредителей и/или названия организаций учредителей)			
Устав (Ссылка на документ устава в формате PDF, в виде единого документа)			
Е-mail организации (Контактный адрес электронной почты для связи с НКО)			
Телефон (Контактный телефон(ы) НКО)			
Руководитель (Фамилия, имя и отчество руководителя, должность в соответствии с Уставом)			
Структура органов управления (Перечислены органы управления в НКО, кто и за какой уровень принятия решений отвечает в соответствии с уставом)			
Команда НКО (Количество сотрудников НКО (среднесписочная численность работников за последний год). На данном уровне раскрытия информации достаточным считается предоставление количественной информации. Помимо штатных сотрудников это могут быть привлеченные специалисты, волонтеры)			
Информация о других каналах коммуникации (Ссылки на другие каналы коммуникации НКО (желательно только те, которые постоянно обновляются)			
Отчетность (Ссылка на отчеты в Минюст РФ)			
Базовая финансовая информация (Данные о доходах и расходах НКО. На данном уровне раскрытия информации достаточным является предоставление общей информации с указанием суммы доходов и расходов не менее, чем за последние 3 года)			
Миссия, цели и задачи (Краткий текст с описанием миссии, целей и задач НКО)			
Направления деятельности (За последние 3 года в соответствии с ОКВЭД и в соответствии с формулировками грантовых направлений Фонда президентских грантов)			
Деятельность и результаты (Краткое описание деятельности НКО в свободной форме в объеме, достаточном для понимания сути проекта или программы и их текущего статуса. Из описания деятельности должно быть понятно, с какими целевыми группами работает НКО, что и как она делает, чего удалось добиться (Можно представлять в виде визуальных отчетов))			
Количество членов организации (для членских организаций) (Количество членов НКО)			
Аудиторское заключение (только для фондов) (Аудиторское заключение фондов (для НКО иной организационно-правовой формы является документом третьего уровня раскрытия информации), не менее, чем за последние 3 года)			

2 УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ			
Руководитель(-и) (Фото и краткие биографические сведения руководителя (-ей) исполнительного органа и высшего коллективного органа (если есть) (Информацию о руководителях отдельных направлений (проектов))			
Сведения об органах управления (Состав органов управления, включая ФИО всех входящих в них лиц и краткие сведения о них (должности или краткие биографии))			
Команда НКО (Список ключевых сотрудников, в т.ч. эксперты и руководители проектов. Желательным на данном уровне является наличие контактов сотрудников)			
Отчетность (Годовая и любая иная (ежемесячная, ежеквартальная, годовая и двухгодовая и др.) добровольная публичная отчетность НКО. В случае, если ежегодная отчетность представлена на сайте в виде отдельного документа, то он должен соответствовать базовым требованиям к отчетности, разработанным в рамках проекта «Всероссийский конкурс публичных добровольных годовых отчетов некоммерческих организаций «Точка отсчёта»)			
Источники поступления и статьи расходов средств (На данном уровне раскрытия информации предполагается представление структуры доходов и расходов. Список источников ежегодного поступления средств в виде таблицы с указанием даты (если она есть), источника поступлений средств и выделенной/ поступившей суммы. Статьи расходов, включая административные и программные расходы. Не менее чем за последние 3 года или от момента регистрации организации, если организация существует менее 3-х лет (гранты, вступительные, членские и иные взносы, пожертвования российских НКО, взносы, пожертвования российских коммерческих организаций, вступительные, членские и иные взносы, пожертвования российских граждан, средства, полученные из бюджетов, доходы (выручка) от реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав, и др.)			
Паспорта проектов (Информация о проектах, представленная в структурированном виде не менее, чем за последние 3 года (Информацию можно представить в визуальном формате (PowerPoint презентация по каждому проекту и/или общие за календарный год)			
Финансовая отчетность (Ссылка на файл с бухгалтерским балансом НКО в формате PDF/DOC/XLS не менее, чем за последние 3 года)			
3 УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ			
Регламент и процедуры (Ссылки на актуальные внутренние документы, регулирующие работу организации, соблюдение этических принципов (в зависимости от направления деятельности организации) и иных добровольно взятых обязательств поддержания репутации)			
Аудиторское заключение (Аудиторское заключение организации (для фондов является документом первого уровня раскрытия информации). Не менее чем за последние 3 года или от момента регистрации организации, если организация существует менее 3-х лет)			
Сведения об органах надзора (если предусмотрены уставом организации) (Информация о членах попечительских/наблюдательных советов, ревизионной комиссии (ФИО и должность или краткая биографическая справка))			
Активность органов управления (Информация о деятельности органов управления, включая число заседаний, информация о принятых ключевых решениях, вносящих существенные изменения в работу НКО, не менее, чем за последние 3 года)			
Оценка деятельности НКО и оценка программ (Сведения о результатах проведённых оценочных исследований (при наличии) за последние 3 года)			



УНКО ЕСТЬ АККАУНТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ?

Да →

Нет →

1 →

2 →

3 и более →

НЕОБХОДИМА ЛИ НКО РЕГИСТРАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ?

Да →

Нет →

Укажите причину: _____

Какие требуются усовершенствования?

Необходимые улучшения: _____

ПРОДОЛЖАЙТЕ СОВЕРШЕНСТВОВАТЬ И РАЗВИВАТЬ ВАШИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, СВОЕВРЕМЕННО РАЗМЕЩАЙТЕ ИНФОРМАЦИЮ

Ссылка(и) на аккаунт(ы): _____

Цель ресурсов: _____

Преобладающий контент: Информационный
 Новостной
 Методический
 Коммерческий

Количество подписчиков: _____

Периодичность актуализации: _____

Куратор: _____

Цель создания аккаунта(ов): _____

Планируемый бюджет на SMM: _____

Срок запуска: _____

Исполнитель: _____

У НКО ЕСТЬ АККАУНТЫ В МЕССЕНДЖЕРАХ?

Да

Нет

НЕОБХОДИМА ЛИ НКО РЕГИСТРАЦИЯ В МЕССЕНДЖЕРАХ?

Да

Нет

Укажите причину: _____

Цель создания мессенджер(ов): _____

Срок запуска: _____

Исполнитель: _____

1

2

3 и более

Используемые мессенджеры: _____

Цель использования: _____

Количество участников: _____

Чат в мессенджере имеет аватар?: Да Нет

Чат в мессенджере имеет краткое описание?: Да Нет

Чат является открытым или закрытым?: _____

Куратор: _____

**ПРОДОЛЖАЙТЕ
СОВЕРШЕНСТВОВАТЬ И
РАЗВИВАТЬ ВАШИ
МЕССЕНДЖЕРЫ,
СВОЕВРЕМЕННО
РАЗМЕЩАЙТЕ
АКТУАЛЬНЫЕ НОВОСТИ
И ИНФОРМАЦИЮ**

Чек-лист пресс-кита НКО

Пресс-кит — набор, комплект, пакет информационных материалов о событии, компании или персоне для средств массовой информации, подготавливаемый специально (событийно) и адресно.

*Просим Вас отметить знаком «+» ответ в той колонке, который соответствует Вашей НКО

Сведения об НКО	Материалы имеются	Материалы имеются частично	Материалы отсутствуют
Бэкграундер НКО (информационный PR материал об НКО, профиле деятельности, продуктах и услугах, истории создания, развития и т.д.)			
Тексты статей с более развернутой информацией, подготовленные для публикации, об НКО, а также проводимых мероприятиях и реализуемых проектах			
Релизы (шаблоны релизов) текущих и прошедших мероприятий и проектов			
Биографические справки команды НКО/проекта (как вариант может быть информация на сайте sozidateli.ru)			
Брошюры, буклеты, листовки и прочее о деятельности НКО, проектах и мероприятиях			
Фотоматериалы			
Видеоматериалы			
Подборка наград, благодарственных писем и т.д. в электронном виде			
Визитные карточки представителей НКО/проекта			
Памятные предметы с логотипом НКО/мероприятия (блокноты, папки, ручки, сумки, значки и т.д.)			
Шаблоны писем-поддержки по проектам НКО (для конкурсов, грантов и т.д.)			

Информационная открытость некоммерческих организаций

Методические и практические рекомендации

Подписано в печать 25.12.2020
Бумага офсетная. Печать цифровая.
Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman».
Тираж 600 экз. Заказ 385874

Отпечатано в типографии
Конверс, ИП Шайхутдинов Андрей Альбертович

420021, г.Казань, ул.Сары Садыковой, д.61