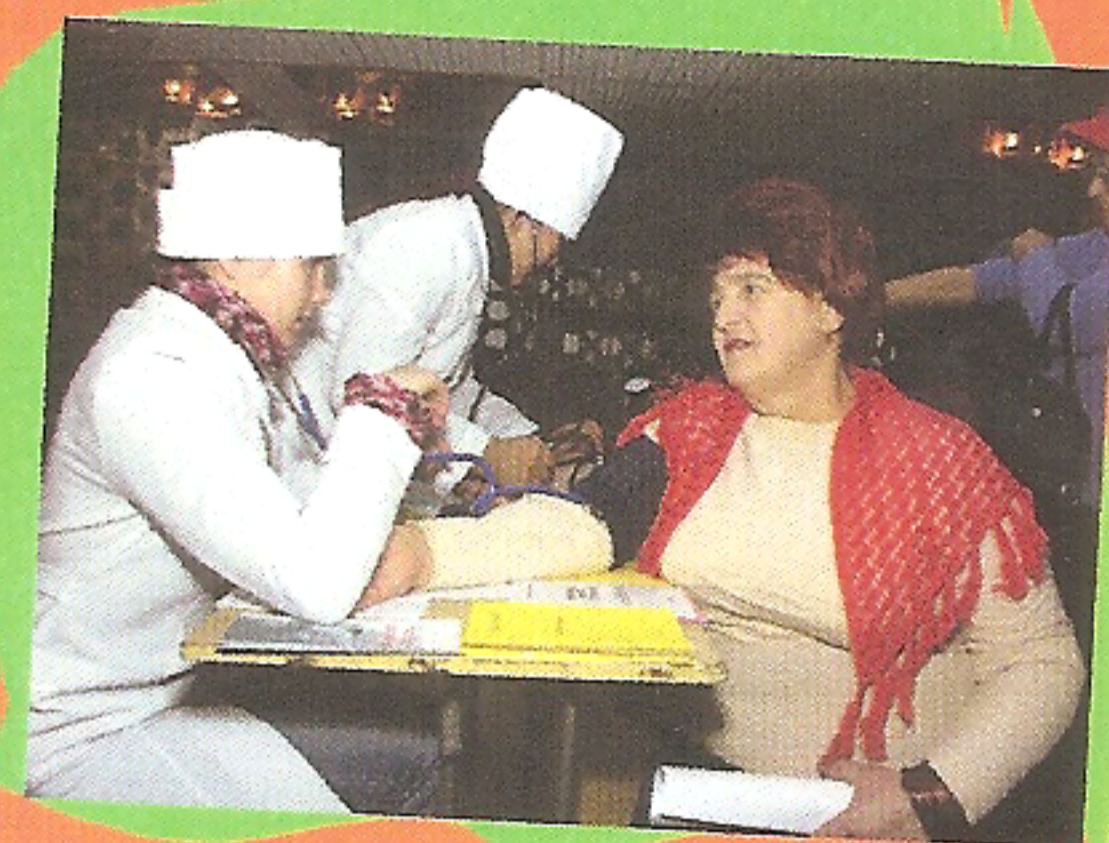
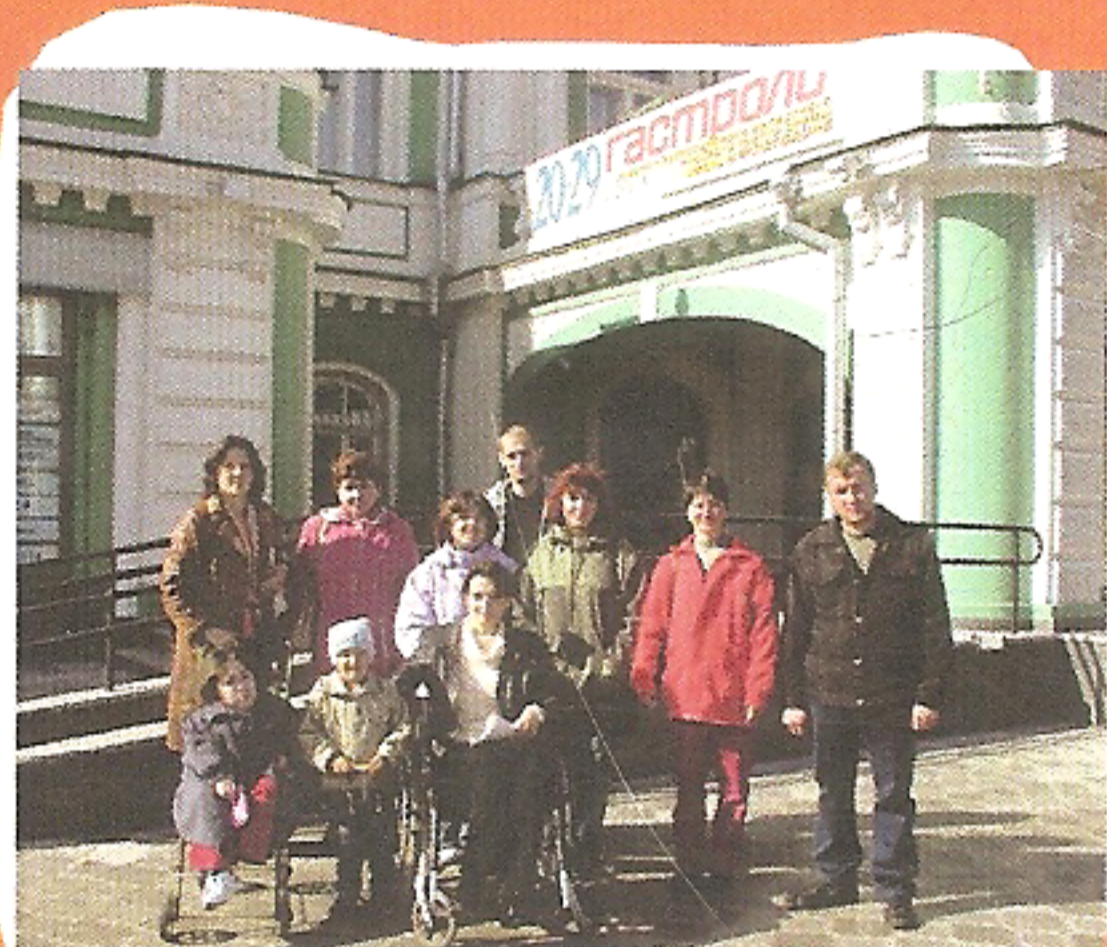


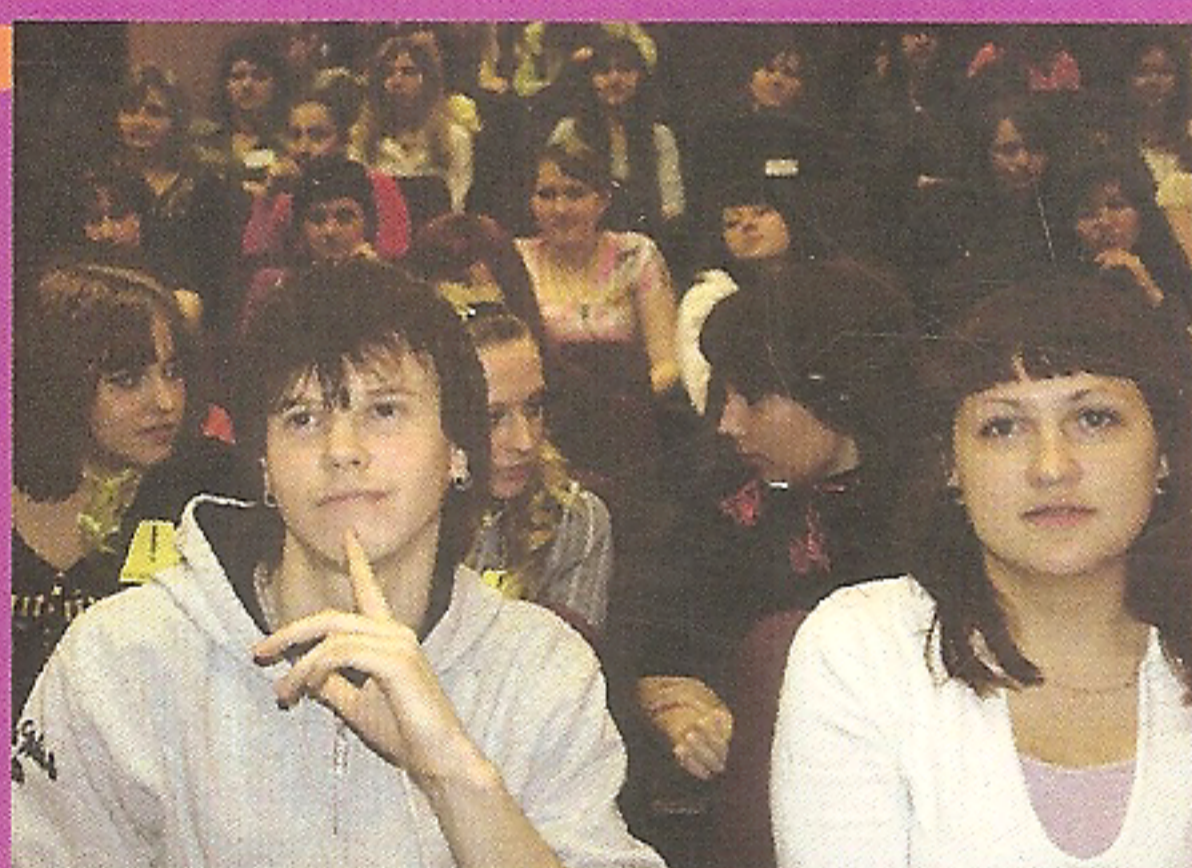
Омская региональная общественная организация
"Центр развития общественных инициатив"

Студенты РР -

Экологический десант Протяни руку помощи Молодые инвалиды "Апейрон"
Армянский культурный центр "Луйс" Творческое объединение "Аманат" Живи Надежда



Благотворительные сезоны Социальная звезда Клуб многодетных семей "Берег надежды"
Корнями дерево сильно Сибирская альтернатива Общество "Мемориал"



Проект "Добрый город" Благотворительный центр "Радуга" Общественные инициативы
Программа "Здоровые дети" Школа социальной адаптации Общество "Милосердие"



Эстафета материнского подвига Радость дарит человек Безопасная дорога "Оазис"
Нам года не беда Рисую мой мир Весенняя неделя добра Клуб "Поиск"

ресурс для третьего сектора

Уважаемый читатель!

Предлагаем вашему вниманию брошюру, в которой представлены материалы о реализации проекта «Студенты PR – новый ресурс для 3-го сектора».

В брошюре представлена информация о необходимости связей с общественностью для третьего сектора, цели, задачи, результаты проекта «Студенты PR – новый ресурс для 3-го сектора», а также материалы о межвузовской олимпиаде и межвузовском фестивале «Социальные проблемы: поиск решения».

Вы можете ознакомиться с коалиционными мероприятиями, в организации которых приняли участие студенты PR: Весенняя неделя добра, Социальная звезда, Корнями дерево сильно, Благотворительный сезон, Ярмарки НКО.

Выдержки из дипломных работ студентов, их видение, рекомендации для третьего сектора.

С уважением

*Зинаида Микучнова, руководитель проекта
"Студенты PR – новый ресурс третьего сектора"*

Необходимость связей с общественностью для третьего сектора

НКО занимаются решением многих социально значимых проблем, концентрируясь в своей деятельности на наиболее актуальных вопросах, используя гибкие подходы к решению проблем, большой опыт благотворительности и добровольчества, непосредственную связь с целевыми группами – все это обуславливает возможности и перспективы эффективной работы. Несмотря на это деятельность некоммерческих организаций практически не освещается в СМИ, слабо поддерживается со стороны власти и бизнеса. Об НКО мало информировано население.

Как показывает практика, с каждым годом финансирование деятельности НКО не увеличивается, сокращается финансирование со стороны международных фондов, законодательство не способствует укреплению устойчивости, не внедряется механизм социального заказа, вклад бизнеса в поддержку социальных проектов также не увеличивается. Это затрудняет развитие НКО, ведет к сокращению их программной и проектной деятельности.

Одной из главных проблем некоммерческих организаций в настоящее время является несформированность имиджа НКО ни среди граждан, добровольные инициативы и благотворительная деятельность которых способствуют развитию и становлению гражданского общества; ни среди предпринимателей, которые являются потенциальным источником средств существования третьего сектора; ни среди власти, сотрудничество с которой может существенно продвигать наиболее острые социальные проблемы.

Это происходит, в том числе, и потому, что у НКО практически нет пресс-служб, пресс-секретарей или ответственных по связям с общественностью, они не обладают необходимыми знаниями и опытом в сфере PR и социальной рекламы. В то же время вряд ли в ближайшее время в НКО появятся оплачиваемые должности в PR-сфере.

Тем не менее, имеется потенциальный ресурс – студенты специальности «Связи с общественностью». В омских ВУЗах готовят специалистов по связям с общественностью (PR-менеджеров). Будущие специалисты в области PR, проходившие практику в ЦРОИ, не только познакомились с деятельностью НКО, но увидели их потенциал и ресурсы как института гражданского общества. Студенты, знакомые с деятельностью общественных организаций, их участники и добровольцы, сами выступают инициаторами «погружения» студенчества в «третий сектор», представляя собой необходимый ресурс для развития НКО.

Таким образом, в г. Омске существуют необходимость и возможности для привлечения студентов специальности «Связи с общественностью» в некоммерческий сектор. Создание системы информирования и обучения студенческой молодежи через проведение семинаров и встреч, практическое участие в деятельности НКО, PR-проекты в сфере деятельности некоммерческих организаций, издание и распространение информационных печатных материалов. Подготовка студенческой молодежи в данном направлении не должна

идти в отрыве от получаемого профессионального образования, а должна стать частью его, т.к. это обогащает палитру знаний об обществе, законах его существования и направлениях изменения, позволяет дать практические навыки решения социальных проблем.

Опыт Центра развития общественных инициатив и других организаций свидетельствует о большом гражданском потенциале студенческой молодежи и оценивается авторами проекта как серьезный ресурс для развития и продвижения НКО при условии грамотной и планомерной работы с ним.

Центром развития общественных инициатив был разработан проект «Студенты PR – новый ресурс третьего сектора».

Целью проекта являлось привлечение студентов специальности «Связи с общественностью» в некоммерческий сектор.

Для достижения цели проекта было намечено решение следующих задач:

1. Организация информационно-просветительской кампании о деятельности НКО в 5 Университетах г. Омска.
2. Обеспечение студентам доступа к информационным ресурсам некоммерческих организаций.
3. Организация обучения студентов.
4. Привлечение к участию в деятельности (организация стажировки).
5. Практический PR (межвузовская олимпиада и конкурс PR-проектов).
6. Обобщение и распространение опыта.

Участниками проекта стали студенты 5 ВУЗов г. Омска: Омского государственного университета, Омского государственного педагогического университета, Омского государственного технического университета, Омского государственного аграрного университета, Омского Государственного Университета Путей Сообщения.

Также активными участниками проекта стали омские общественные некоммерческие организации: Омская региональная общественная организация «Центр развития общественных инициатив», Омская городская детская общественная организация «Оазис», Омская городская общественная организация «Центр творческих инноваций КлубНика», Омская региональная общественная организация родителей детей-инвалидов «ЗОРИ», Омская региональная общественная организация «Благотворительный Центр помощи детям «Радуга», Омское региональное отделение общероссийской общественной организации инвалидов «Всероссийское общество глухих», Общественная организация женщин-инвалидов Омской области «Вербена», Городская общественная организация молодых инвалидов «Апейрон», Региональная общественная организация Центр «Сибирская альтернатива».

В рамках информационно-просветительской кампании о деятельности НКО были выпущены информационные буклеты о проекте, которые распространялись на семинарах, мероприятиях, проводимых в рамках проекта, а также сделаны информационные подборки о практической деятельности НКО, с которыми можно было познакомиться как в Центре

развития, так и на местах организованных в НКО стажировок. Дополнительно ко всем мероприятиям выпускались информационные листы, знакомящие студентов с целями и деятельностью НКО, проблемами НКО, приглашениями к активному участию в мероприятиях и проекту в целом

Участие в программе 11 Ярмарки НКО позволило студентам получить представление о многообразии омских НКО и сферах их деятельности, познакомиться с работой Центра развития общественных инициатив.

Программа для студентов 11 Ярмарки, Форума НКО включала следующие мероприятия:

- Презентацию возможностей для активной молодежи представляли Центр развития общественных инициатив, отдел по делам молодежи Управления по делам молодежи, физической культуры и спорта администрации г.Омска.

- Экскурсию по Ярмарке, в рамках которой студенты смогли познакомиться с отдельными НКО, материалы о которых были размещены на стендах, встретиться с лидерами и добровольцами НКО.

- Викторину для студентов на знание общественного сектора региона и развитие представлений о нем «Что мы знаем об НКО». Викторину проводили студенты общественной организации «ПаРи» Омского государственного технического университета.

Доступ к информационным ресурсам некоммерческих организаций обеспечивает действующий на базе ЦРОИ «Молодежный информационный центр», где студенты и преподаватели получают по запросам необходимую информацию.

ЦРОИ имеет в своем распоряжении богатую библиотеку – более 1500 наименований книг, брошюр, журналов и других периодических изданий НКО г.Омска, Сибири и других регионов России, зарубежных стран, собранную в течение нескольких лет работы ЦРОИ. Кроме того, в читальном зале имеются базы данных НКО города, региона, Сибири и других регионов России. Многие издания есть в электронных версиях. Еще один ресурс – база данных законодательных и правовых документов, связанных с работой общественных объединений и организаций.

Доступные в рамках проекта услуги молодежного информационного центра (МИЦ) для студентов, преподавателей ВУЗов и представителей НКО:

- библиотечный фонд ЦРОИ
- читальный зал
- базы данных НКО
- электронные версии изданий и баз данных
- пользование компьютером
- распечатка и копирование материалов
- доступ к Интернет
- консультации по различным аспектам деятельности НКО.

МИЦ работает ежедневно. Информация об услугах и ресурсах МИЦ размещена в библиотеках учебных заведений, в буклете проекта, на сайте и в изданиях ЦРОИ. В рамках проекта сформированы комплекты информационных материалов: издания ЦРОИ, газеты и

журналы других НКО, новые выпуски которых регулярно передаются на соответствующие кафедры и в библиотеки учебных заведений.

Основной частью обучающей программы стало проведение цикла информационно-обучающих семинаров:

1. «Третий сектор: роль, проблемы, перспективы развития».
2. «Практический PR в некоммерческом секторе».

В семинарах приняли участие более 200 студентов 5 омских ВУЗов специальности «связи с общественностью».

По итогам семинаров было проведено анкетирование и сделан анализ результатов анкетирования студентов об их представлениях о некоммерческом секторе и включенности в общественную сферу.

В анкетировании приняли участие 133 студента специальности «связи с общественностью» Омского государственного университета, Омского государственного университета путей сообщения, Омского технического университета, Омского государственного педагогического университета.

Практически все студенты отметили важное значение инициатив и деятельности общественных организаций в решении социальных проблем региона, а также их значение для развития социальной сферы региона.

Большинство студентов признало необходимость и выразило заинтересованность в распространении информации о третьем секторе, готовность включиться в общественную сферу для содействия НКО по установлению связей с обществом, продвижению инициатив и программ НКО региона.

Возможные формы участия студентов в общественной сфере они определили как:

- Стажировки в НКО – 36 человек.
- Стажировки в ЦРОИ – 66.
- Участие в информационной кампании о деятельности общественных организаций:
 - PR-сопровождение благотворительных и добровольческих мероприятий – 60 человек.
 - Помощь в подготовке информационных буклетов НКО, рекламных материалов плановых мероприятий НКО – 72 человека.
 - Работа в Агентстве социальных новостей ЦРОИ – 45 человек.
- Участие в конкурсе социальных проектов в общественной сфере – 26 человек.
- Выбор социальной тематики для курсовых и дипломных работ – 32 человека.

Также в открытых вопросах анкеты студенты выразили необходимость расширения «...спектра организаций по защите прав человека». Многими было отмечено, что «НКО... сеют зерна гражданского общества в РФ, а значит и демократии». Также было выражено традиционное желание шире освещать деятельность НКО, чтобы «...простые рядовые студенты получали информацию о готовящихся проектах и могли включиться в деятельность». Также в анкетах было отмечено желание принять участие в работе информационного центра и создании «удобной для пользования универсальной базы данных НКО».

По результатам анкетирования были проведены консультации с преподавателями ВУЗов по стратегии привлечения студентов в общественную сферу, деятельность НКО на ближайшее время.

Конференция «Связи с общественностью в третьем секторе»



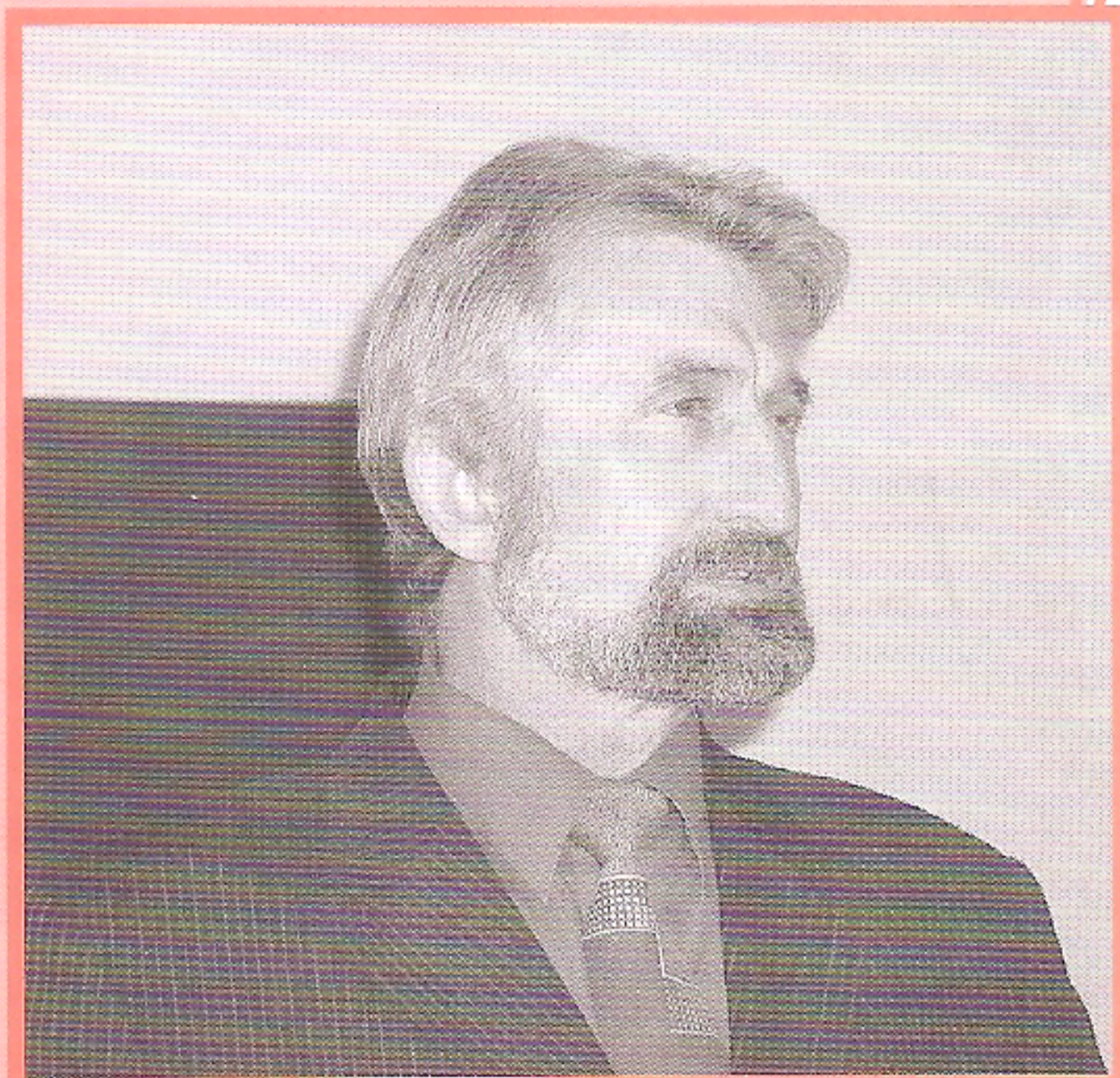
11 октября 2007 г. прошла конференция «Связи с общественностью в третьем секторе». Организаторы конференции Центр развития общественных инициатив, Совет общественных организаций Омской области, Кафедра философии и социальных коммуникаций факультета гуманитарного образования ОмГТУ.

Перед участниками выступили Машкарин М.И. – декан факультета гуманитарного образования ОмГТУ;

Татарина Г.Н. – доцент кафедры философии и социальных коммуникаций, сертифицированный специалист по связям с общественностью;

Тикунова З.В. – председатель ОРОО «Центр развития общественных инициатив»;

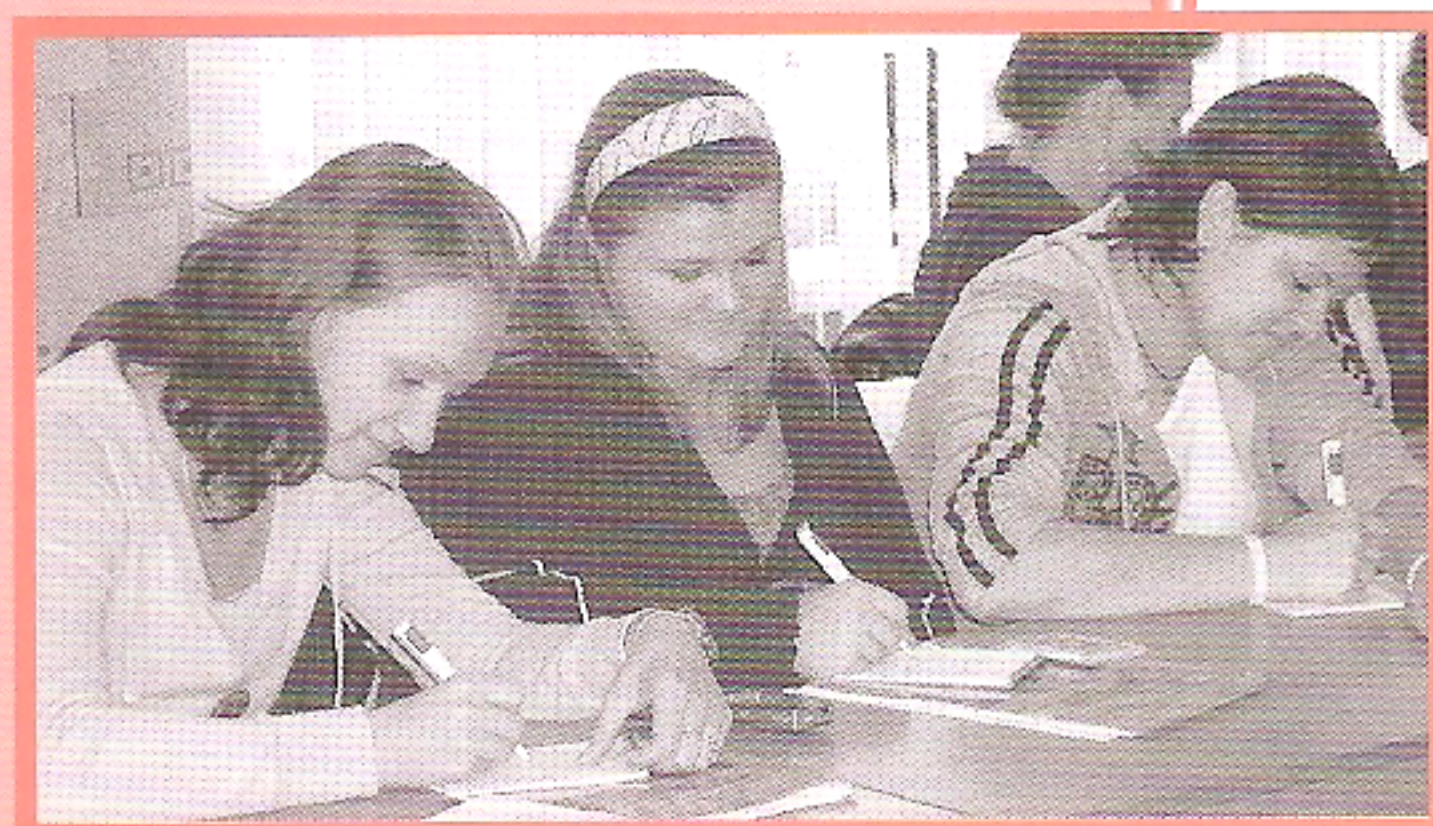
Тарасевич Л.Л. – старший преподаватель кафедры философии и социальных коммуникаций, сертифицированный специалист по связям с общественностью.



Большой интерес у участников вызвал показ социальных роликов «Социальные проблемы: поиск решения». Кроме пленарной части была и работа в секциях: «Формирование позитивного привлекательного имиджа НКО», «Фандрайзинг: стратегия сотрудничества», «Взаимодействие с целевыми группами». По отзывам НКО и студентов конференция полезна.

Семинар «Формирование позитивного имиджа некоммерческих организаций»

11 октября 2007 года на базе Омского государственного технического университета состоялась конференция «Связи с общественностью в некоммерческом секторе». Работа конференции была разделена на три тематических семинара, одним из которых и являлся семинар «Формирование позитивного привлекательного имиджа НКО».



В работе семинара принимали участие: Ведущий – Куриченко Владимир (студент группы СО-513 ОмГТУ);

Помощники (соведущие) – Грунвальд Кристина, Приходько Виктория, Болдырь Юлия, Лукомская Оксана, Рубаненко Елена, Шевченко Антонина;

Регистратор участников – Вековцова Юлия.

Из некоммерческих организаций присутствовали: общество «Милосердие», организация «Путеводитель», центр армянской культуры «Луйс»

и национальный армянский центр «Урарту», татарский национальный центр «Умырзая». Также на семинаре присутствовали студенты Омского университета путей сообщения, аграрного техникума, Омского

педагогического университета.

В начале семинара ведущий (Куриченко Владимир) рассказал некоторые теоретические основы имиджа, ответил на вопросы, зачем нужно формировать имидж любой организации, привел примеры зеркального, реального и желаемого имиджа некоммерческой организации (в диалоге с армянским центром «Урарту» и татарским центром «Умырзая»).

Далее выступали докладчики (перечисленные выше соведущие и помощники), которые рассказывали о фирменном стиле некоммерческих организаций, работе с сотрудниками и внутренних связях с общественностью, системе взаимодействия со средствами массовой информации, организации специальных мероприятий и проектов, работе с целевыми аудиториями во внешней среде. Для большей наглядности и доступности был подготовлен раздаточный материал.

При этом главной задачей ведущего было – обеспечение диалога аудитории с выступающим. Постоянно задавались вопросы присутствующим общественникам о деятельности их организаций, давались рекомендации.

Самая активная общественная организация – Армянский культурный центр «Луйс» – получила приз от Галины Николаевны Татариновой (преподавателя «Связей с общественностью» ОмГТУ). На дискете с автографом автора общественники смогут найти для себя интересную информацию.

В конце семинара был проведен кофе-брейк, во время которого общественники поблагодарили студентов за такое мероприятие, сказали много теплых слов. Кроме того, армянский национальный центр «Урарту» выразил желание сотрудничать со студентами в дальнейшем.

Куриченко Владимир



Грандрайзинг: стратегия сотрудничества

или

СМИ и ВЛАСТЬ как стратегически важные целевые аудитории

11 октября 2007 года прошла уникальная конференция «Связи с общественностью в третьем секторе», организованная Центром развития общественных инициатив при активной поддержке Омского государственного технического университета.

Впервые студенты специальности Связи с общественностью взяли на себя ответственность по проведению открытого семинара, посвященного проблемам формирования эффективных коммуникаций НКО с такими стратегически важными целевыми аудиториями как СМИ и бизнес.





Глядя на сложившуюся ситуацию, а именно игнорирование крупным бизнесом и средствами массовой информации проблем третьего сектора, молодые специалисты решили предложить свои механизмы налаживания взаимоотношений с указанными целевыми аудиториями. Так, в рамках секции «Фандрайзинг: стратегия сотрудничества» студентки 5 курса Андреева Светлана, Нозикова Ксения и Постнова Олеся предложили рассматривать бизнес и СМИ не в качестве потенциальных источников финансирования, а в качестве партнеров в реализации совместных общественно значимых проектов.

Студенты утверждают, что в сотрудничестве с журналистами многое зависит от умения общественных организаций правильно писать пресс-релизы и иные информационные документы. Главное – понять, что любое

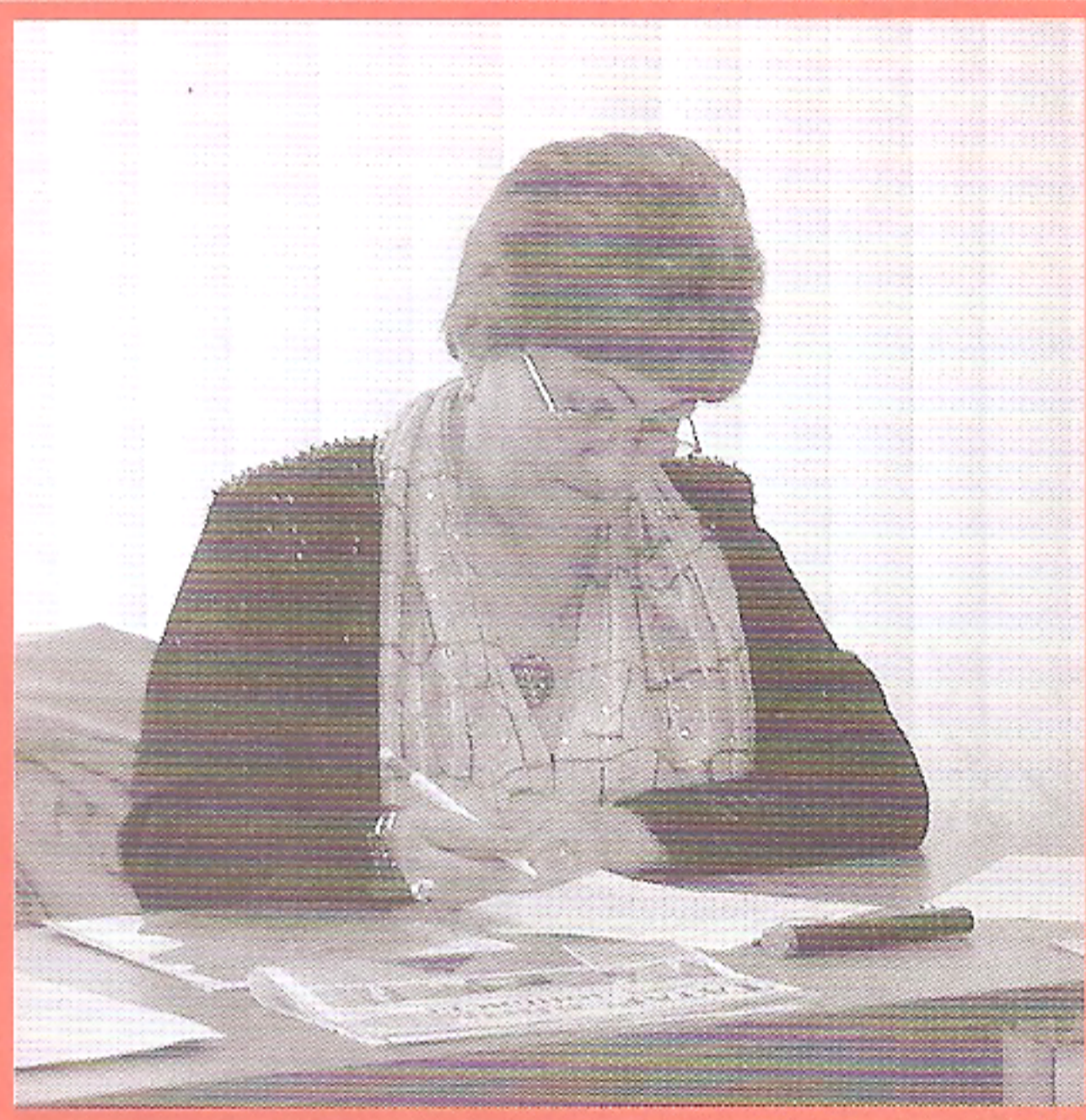
событие из жизни НКО может стать информационным поводом для СМИ. Это касается как местных, так и федеральных средств массовой информации, ведь рано или поздно журналист устает от текущих политических событий, однако писать о чем-то надо. Это дает возможность общественным организациям заинтересовать журналистов новым ярким событием. Ведь именно умение создавать из текущих мероприятий важное для общественности событие – это тот мостик, который может помочь НКО привлечь журналистов.

Студенты утверждают, что, наладив сотрудничество со СМИ, общественники не только привлекут внимание к своей организации, но и заинтересуют бизнес, которому они смогут предложить возможность освещения своей благотворительной деятельности в рамках конкретного проекта.

У НКО есть желание и огромный потенциал к развитию, который, по мнению студентов, стоит направить в сторону повышения профессионализма в сфере налаживания коммуникаций. Это касается вопроса планирования и организации мероприятия в целом. Однако подготовка не может начаться без элементарного написания писем и проектов для бизнеса. В рамках данной секции студенты показали на конкретных примерах, как с точки зрения связей с общественностью правильно писать информационные документы для крупного и среднего бизнеса, у которого есть не только деньги, но и важный для проекта интеллектуальный ресурс.

В итоге конференции общественники и студенты пришли к выводу, что технологии связей с общественностью могут помочь третьему сектору в поиске потенциальных партнеров в реализации важного социального проекта.

Нозикова Ксения



PR открывает новые перспективы для НКО

Третья секция была посвящена обсуждению проблем выстраивания эффективного взаимодействия общественных организаций с их целевыми аудиториями: органами власти, представителями средств массовой информации и бизнес-сообщества, партнерскими НКО, единомышленниками и населением, в чьих интересах и работают активисты-общественники.

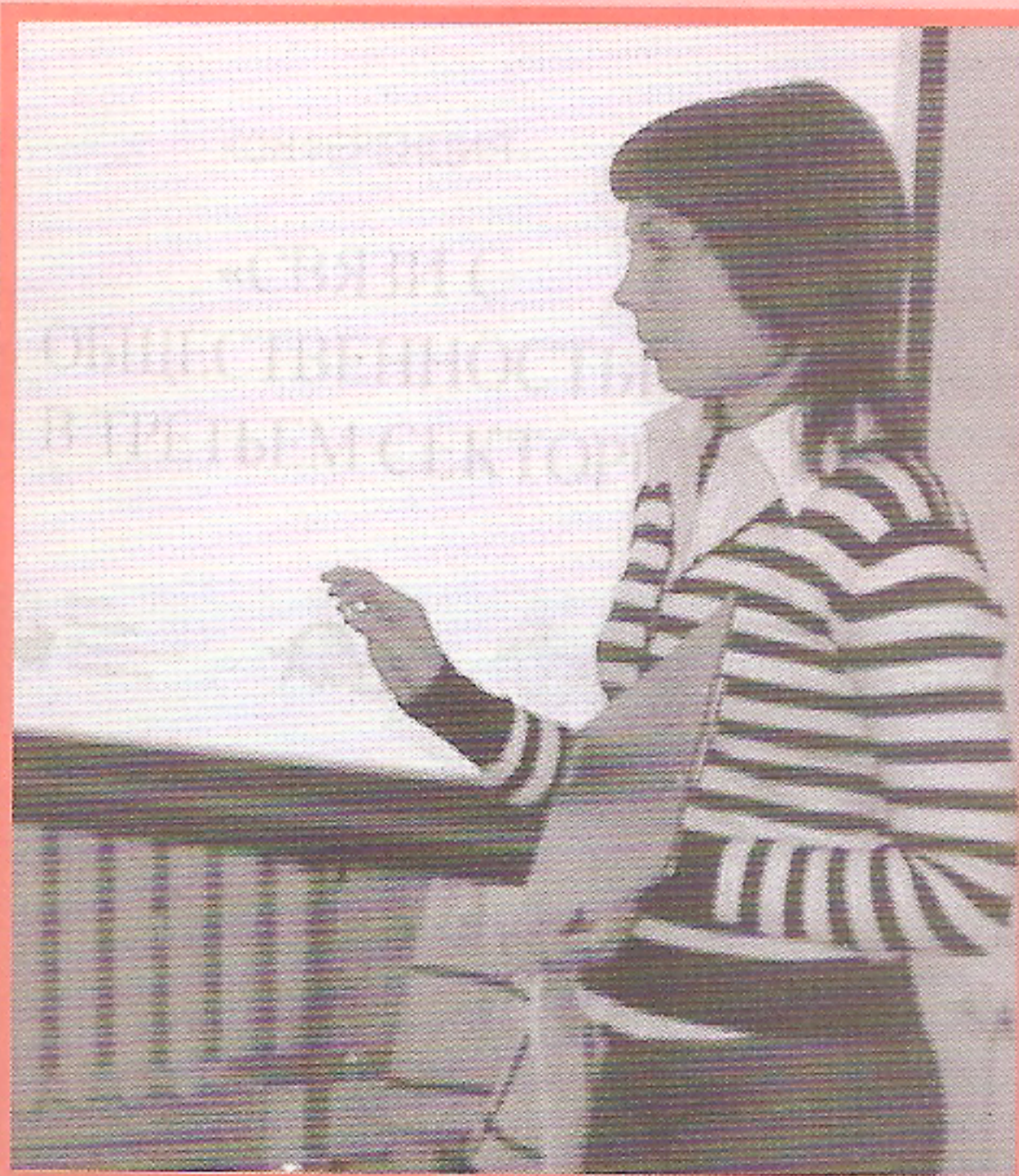
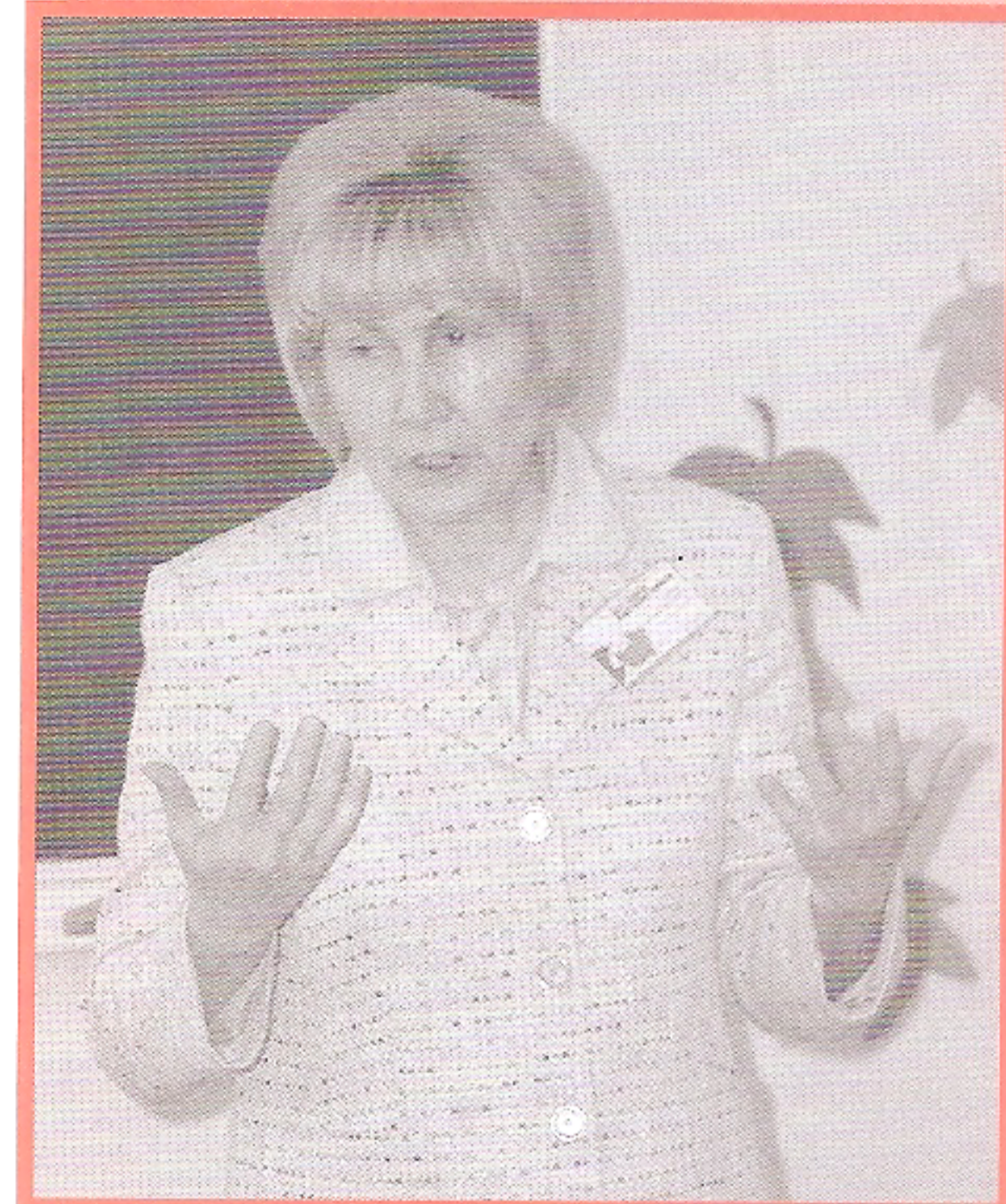
Заинтересовались этой темой представители РОО Центр «Сибирская альтернатива», ОГОО «Дар», ОГДОО «Оазис», НКО «Путеводитель», ДБЦ «Радуга», армянского культурного центра «Луйс» и студенты омских вузов, обучающиеся связям с общественностью.

Ведущими секции стали директор центра по связям с общественностью «PR-контакт» Виталий Доля и преподаватель кафедры философии и социальных коммуникаций ФГО ОмГТУ Людмила Тарасевич.

После процедуры знакомства и выявления ожиданий гостей приступили к обсуждению темы. Завязалась непринужденная беседа, в процессе которой активисты делились своим опытом успешного и неудачного общения с чиновниками, журналистами и деловыми людьми, и вместе находили выход из сложных ситуаций, выявляли плюсы и минусы приведенных примеров.

Ведущие познакомили гостей с технологией анализа внешней среды и деления ее на сегменты привлекательных для НКО целевых аудиторий, проанализировали некоторые примеры налаживания сотрудничества и эффективного взаимодействия. Одним из наиболее успешных вариантов партнерства можно назвать разработку и проведение совместных проектов НКО с представителями других общественных секторов: это могут быть акции и мероприятия, направленные на решение социально значимых задач. К примеру, активисты-экологи инициировали акцию по очистке заповедного природного уголка. Финансовую поддержку и участие людскими ресурсами осуществляет местная бизнес-структура. На акцию сотрудники во главе с руководством компании выходят в форме, украшенной корпоративной символикой, и население, СМИ видят, что бизнес-структура заинтересована не только в получении прибыли, но и сохранении местных природных достопримечательностей.

Чайная пауза позволила участникам секции не только познакомиться поближе в непринужденно обстановке, но и завязать нужные контакты, договориться о совместных перспективных проектах. Так, студенты из общественных организаций «ПаРи» и «Parkoff-ка», похоже, договорились о совместном проведении рок-концерта для привлечения внимания населения к актуальным проблемам общества. Пожалуй, новые перспективы, знакомства и новые совместные проекты – это и есть главный итог работы этой секции.



29 марта 2007 г. в рамках Межвузовской олимпиады факультетов специальности «Связи с общественностью» прошел конкурс «Разработка PR-кампаний на тему: «PR-технологии в продвижении организации некоммерческого сектора» с публичной защитой.

Проведение конкурса было запланировано в виде командного первенства.

В конкурсе приняли участие 6 студенческих команд из 5 омских ВУЗов:

- Команда Омского Государственного Педагогического Университета.
- Команда Омского Экономического Института.
- Команда Омского Государственного Педагогического Университета.
- Команда Омского Государственного Технического Университета.
- Команда Омского Государственного Университета.

• Команда Омского Государственного Университета Путей Сообщения.

В конкурсе PR-кампаний оценивалась не только разработанная PR-кампания, но и искусство ее презентации. Команды представили PR-кампании для НКО: Общественной организации женщин-инвалидов Омской области «Вербена»; Общественной организации родителей детей-инвалидов «Зори»; Омского регионального отделения Общероссийской общественной организации инвалидов «Всероссийское Общество Глухих»; Общественной организации молодых инвалидов «Апейрон»; Общественной организации «Детский Благотворительный Центр «Радуга»; Региональной общественной организации Центр «Сибирская Альтернатива».

Были представлены следующие проекты:

- «Альтернатива» (информирование общественности о РОО Центр «Сибирская альтернатива»).

Студентами была проведена оценка существующей ситуации в организации, а также анализ внешней среды. Были разработаны стратегия (определены цели, задачи), а также тактика (разработана PR-акция). Студенты предложили организации методы эффективного взаимодействия с целевой аудиторией. Также для осуществления акции студентами был разработан проект, направленный в одну из крупных клиник города.

Студенты показали возможные способы проведения акции, варианты информационных материалов для привлечения внимания общественности, были сформированы программа и бюджет акции, а также представлен образец спонсорского пакета.

- PR - кампания «ДБЦ «Радуга».

Студенты провели исследование, выявили направления деятельности для решения проблем связи с общественностью



и составили план мероприятий для организации. Были предложены образцы информационных материалов, визитки организации, образцы составления спонсорского пакета. Был сделан прогноз по результатам предложенных действий и коммуникаций.

- «Город слепых» («Апейрон»)

Проект был предложен к реализации в трех направлениях деятельности. Студенты изучали проблемы инвалидов, а также общественных организаций, работающих с инвалидами. Были намечены цели проекта, задачи, которые можно решить в рамках проекта, а также изучены целевые аудитории.

В рамках одного направления студенты привлекали внимания администрации города к проблеме создания «удобного» для инвалидов города. В рамках другого направления – были намечены действия для развития способностей и личностных качеств у людей с ограниченными возможностями, в т.ч. информационные кампании, творческие встречи, тренинги, налаживание работы социальных центров и т.п. Целью третьего направления стало способствовать формированию позитивного отношения общества к инвалидам.

- Презентация общественной организации женщин-инвалидов Омской области «Вербена».

Студенты разработали концепцию презентации, подобрали иллюстративный материал, рассказывающий о деятельности общественной организации «Вербена», демонстрирующий заслуги и награды.

- Омское отделение «Всероссийского общества глухих»

Одна из команд провела исследование деятельности Омской областной организации «Всероссийского общества глухих», выявила проблемы общественной организации, предложила пути их решения. Результат работы – разработанная PR-концепция общественной организации.

- Омская региональная общественная организация родителей детей-инвалидов «Зори»

Был разработан проект, помогающий решить основные задачи, которые ставят перед собой общественники: социальная защита семей, имеющих детей-инвалидов, содействие развитию ребенка-инвалида, формирование правильного отношения общества к детям-инвалидам.

Во всех проектах, разработанных студентами были затронуты острые темы. На примерах различных общественных организаций студенты предложили к разрешению многие проблемы, определив стратегию и тактику, формы взаимодействия. Многие проекты являются комплексными и задействуют все слои общества.

По мнению экспертного совета представленные работы отличались актуальностью проблем, творческим подходом, профессиональным применением методов, средств

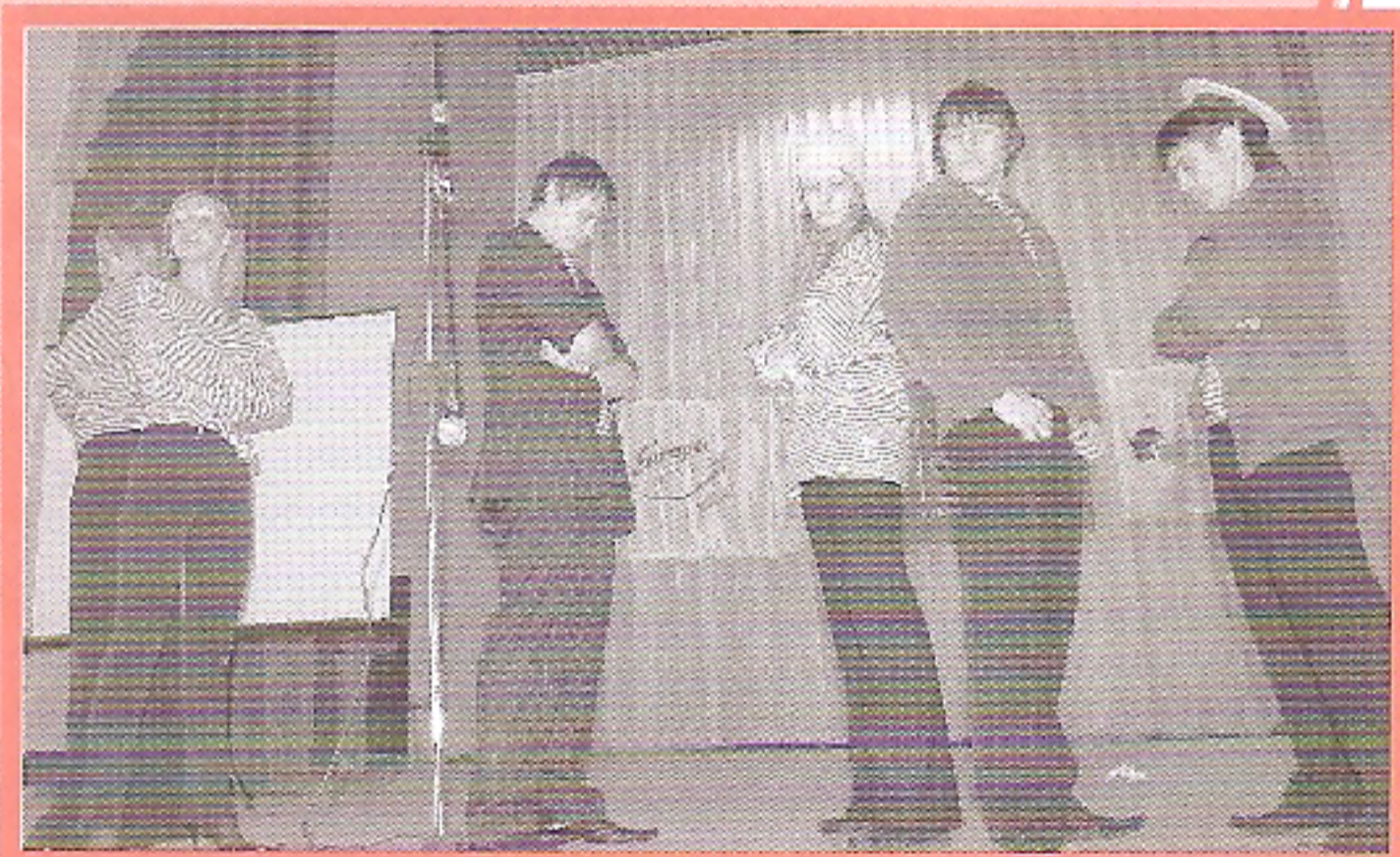


и технологий PR. Особенно были отмечены работы команд Омского Государственного Университета Путей Сообщения и Омского Государственного Педагогического Университета.



Четвёртая межвузовская олимпиада по специальности «Связи с общественностью» и смежным специальностям

Уже четвертый год подряд в нашем городе проходит олимпиада по специальности «Связи с общественностью» и смежным специальностям, что еще раз доказывает, что PR в нашем городе начал развиваться. Вот и 29 марта 2007 года на филологическом факультете Омского государственного педагогического университета в четвертый раз прошла уже традиционная для дней науки межвузовская олимпиада. Организаторами олимпиады в этом году (как, в принципе, и в прошлом) выступил филологический факультет ОмГПУ. А в частности, оргкомитет олимпиады составляли студенты 3 курса специальности «Связи с общественностью» во главе с преподавателем кафедры массовой информации и коммуникации.



В этом году олимпиада была посвящена вопросам формирования и укрепления репутации организации. В PR-олимпиаде приняли участие студенты с 1 по 5 курс ОмГУ (филологический факультет), ОмГПУ (филологический и географический факультеты), ОмГУПС (ИМЭК), Омский экономический институт (факультет управления), ОмГТУ (факультет гуманитарного образования).

Экспертный совет составили профессионалы медиа сферы, общественных некоммерческих организаций, PR-специалисты, ведущие преподаватели ВУЗов. Среди гостей: представители от Управления по делам молодежной политики, физической культуры и спорта администрации г.Омска, Департамента информационной политики и общественных отношений администрации г.Омска, Академического лицея ГОУ ВПО «Омский государственный педагогический университет». Партнерами олимпиады выступили: Омская региональная общественная организация «Центр развития общественных инициатив», НП «Омское Медиаобщество», «Сибирская Медиа Группа».



Мероприятие открыла восточным танцем представительница танцевальной школы «Хабиби», танец которой, наверное, произвел впечатление на многих из присутствующих.

Первым этапом конкурса стала «Визитка команды», в которой команда ОмГУПСа замечательно продемонстрировала домашнюю подготовку. Затем команды представили презентации проектов на тему «Продвижение некоммерческих организаций г. Омска». Задания от организаций студенты получили за неделю до начала

олимпиады. Для подготовки к следующему завершающему конкурсу командам было дано время, в течение которого они разрабатывали собственное PR-решение на заранее подготовленные проблемные ситуации, так называемые, кейсы (от слова case – англ. ситуация) из опыта работы Омских компаний.

Олимпиада завершилась торжественным награждением команд по следующим номинациям:

«За оригинальную идею PR-кампании» (ОмГУПС «ПРОЕКТ»);

«За детальную PR-кампанию» (ОмГУПС «ПРОЕКТ», ОмГТУ «ПаРи»);

«За самую запоминающуюся презентацию» (ОмГУПС «ПРОЕКТ», ОмЭИ «Марк-и»);

«За самое логичное представление» (ОмГПУ филологический факультет «Простоквашино», ОмГУ «Акулы PR», ОмГУПС «ПРОЕКТ»);

«За оригинальное решение кейса» (ОмГПУ филологический факультет «Простоквашино»);

«За командный стиль» (ОмГУПС «ПРОЕКТ», ОмГУ «Акулы PR», ОмЭИ «Марк-и»);

«За креативные решения» (Номинация спонсирована ЗАО «Зодиак» – ОмГПУ филологический факультет «Простоквашино», ОмГТУ «ПаРи»);

«За успешное расширение профессионального поля» (ОмГПУ географический факультет «ПРИЁМНИК»).

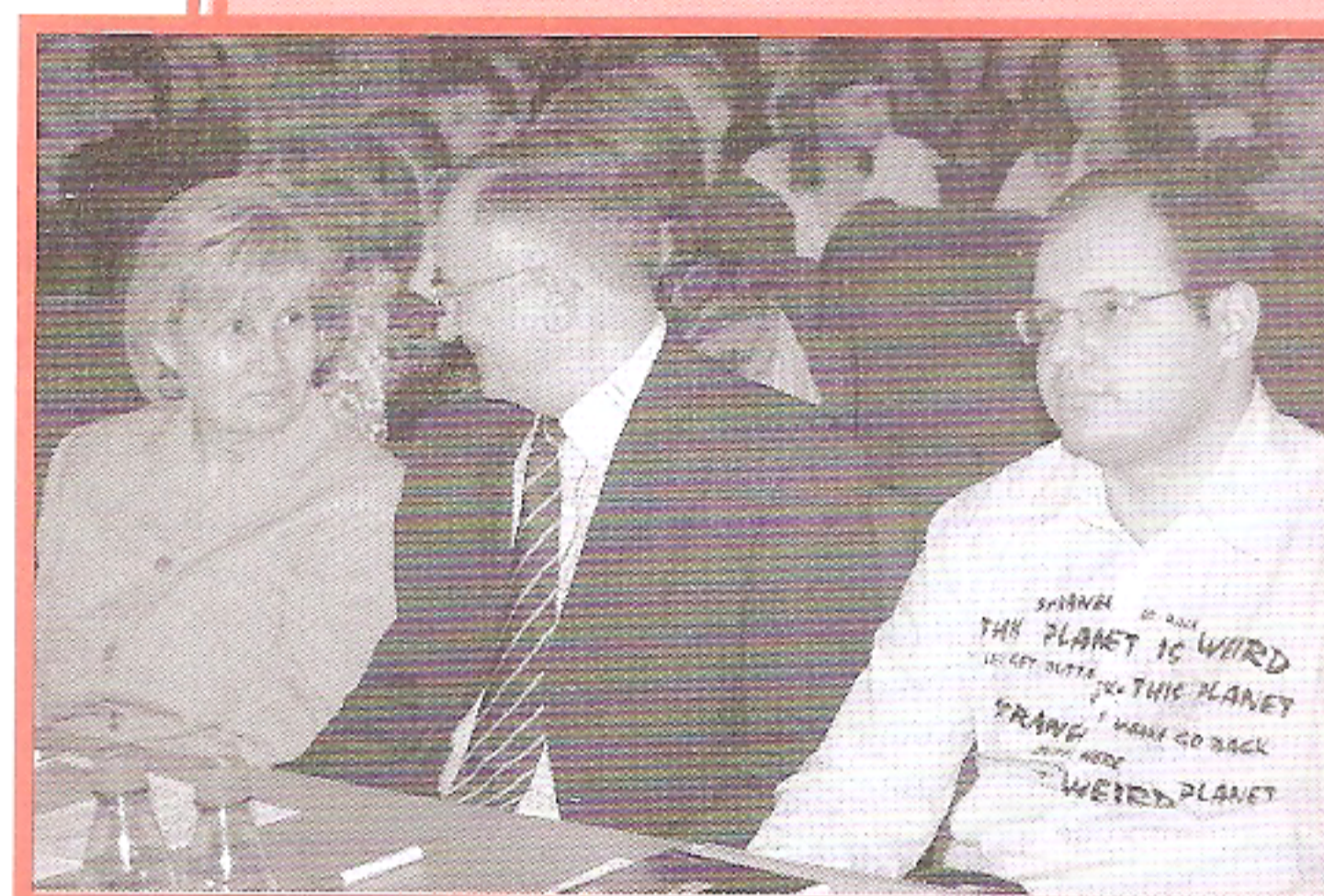
В конце хотелось бы добавить, что студенты признались, что благодаря вот таким мероприятиям, как PR-олимпиада, они могут лучше познакомиться со спецификой своей будущей профессией, привыкают к конкуренции, знакомятся между собой и просто весело и с пользой проводят время.

Корнеева Мария
студентка 3 курса ОмГПУ

Межвузовский фестиваль PR-проектов

Для поддержки опыта студентов в практическом взаимодействии с некоммерческим сектором и практическом PR Центр развития общественных инициатив выступил партнером **Первого межвузовского фестиваля PR-проектов** и роликов социальной направленности «Экспресс-2007», который проводился на базе и при организации кафедры «Связи с общественностью» Омского государственного университета путей сообщения (ОмГУПС) 27 апреля 2007 г. Председатель ЦРОИ и руководитель данного проекта З.В. Тикунова стала председателем экспертного совета фестиваля.

Целью фестиваля было привлечение внимания общественности к социальным проблемам, повышение социальной активности и развитие коммуникативных способностей студентов. В «Экспрессе» приняли участие



14 команд из семи вузов Омска – ОмГУПС, ОмГУ, ОмГИС, ОмГПУ, СибГУФК, ОмГАУ, ОмГТУ.

Студенты выполняли PR-проекты и ролики на тему «Социальные проблемы: поиск решения». Были освещены направления: пропаганда здорового образа жизни, проблемы экологии, материнство и детство, система образования, сфера медицины. Представленные PR-проекты и ролики отличались актуальностью, оригинальностью подачи, хорошим техническим исполнением, творческой, четкой и понятной формой изложения. Члены Экспертного совета высказали предложение практически использовать в телеэфире студенческие работы.



«Экспресс-2007» тронулся в путь

В КДЦ ОмГУПС прошел Межвузовский фестиваль студенческих PR-проектов и рекламных роликов социальной направленности «Экспресс-2007», организатором которого выступали сотрудники кафедры «Связи с общественностью» Омского государственного университета путей сообщения (Институт менеджмента и экономики). Потенциальные работодатели, вошедшие в состав экспертного совета, могли не только выставлять оценки, но и подобрать для себя молодых сотрудников.



В конкурсе принимали участие работы студентов ведущих университетов Омска, обучающихся по специальности «Связи с общественностью», «Реклама», «Журналистика», «Социально-культурный сервис и туризм». Оценивало работы 13-ти команд экспертное жюри, в состав которого вошли представители спонсорских

организаций, Министерства труда и социального развития Омской области, директора студий «Твист» и ООО «13 канал» и др. Организаторы конкурса волновались не меньше участников. Рассказывает **Сергей Ветров, директор Института экономики и права:**



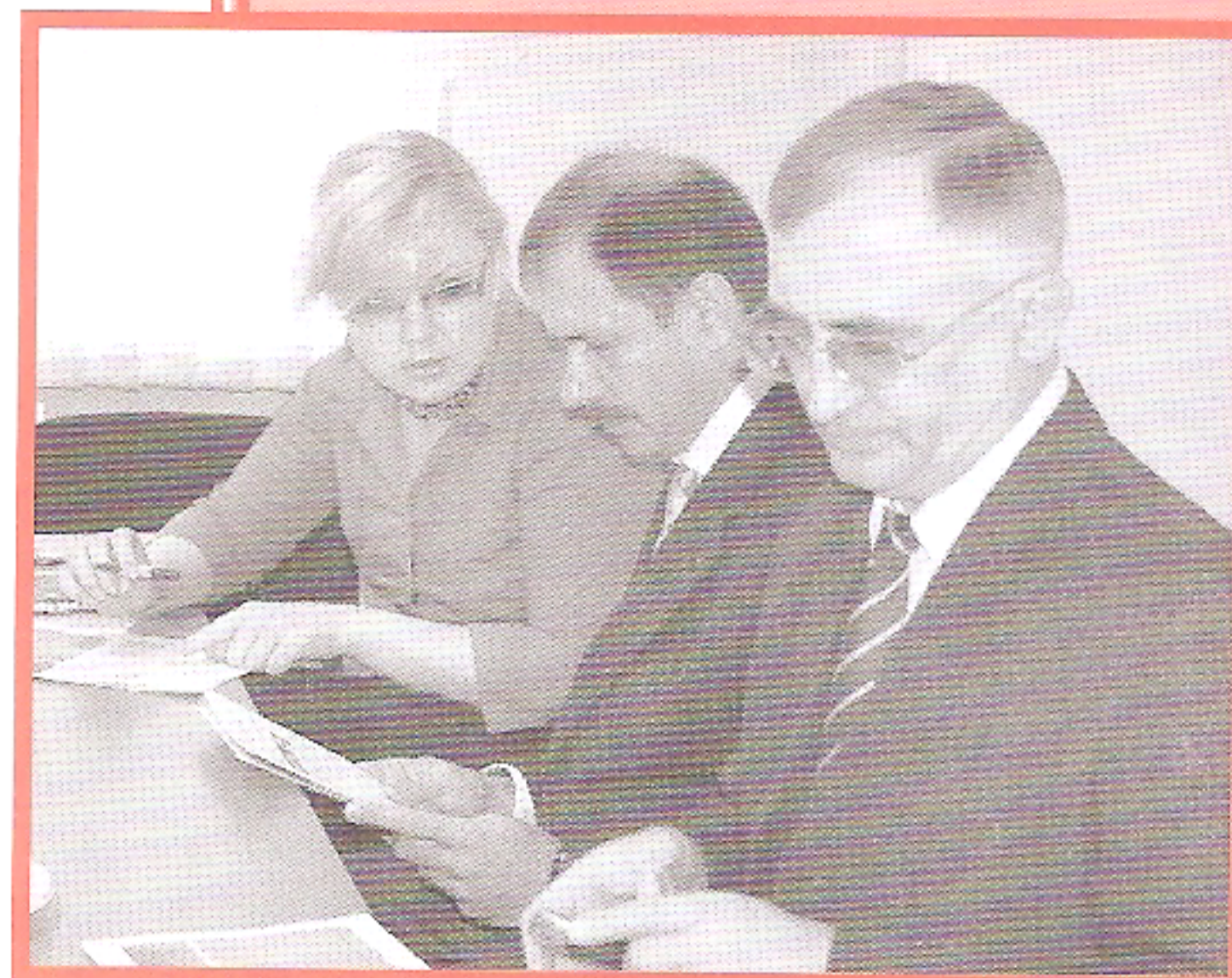
– Фестиваль «Экспресс-2007» – это своеобразный творческий импульс. Благодаря таким мероприятиям студенты растут профессионально. Также представители экспертного совета могут кого-то заметить, студент может завязать контакты с будущими работодателями. Этот фестиваль проводился в нашем университете в первый, и надеюсь, не в последний раз.

Опыт со студенческой скамьи

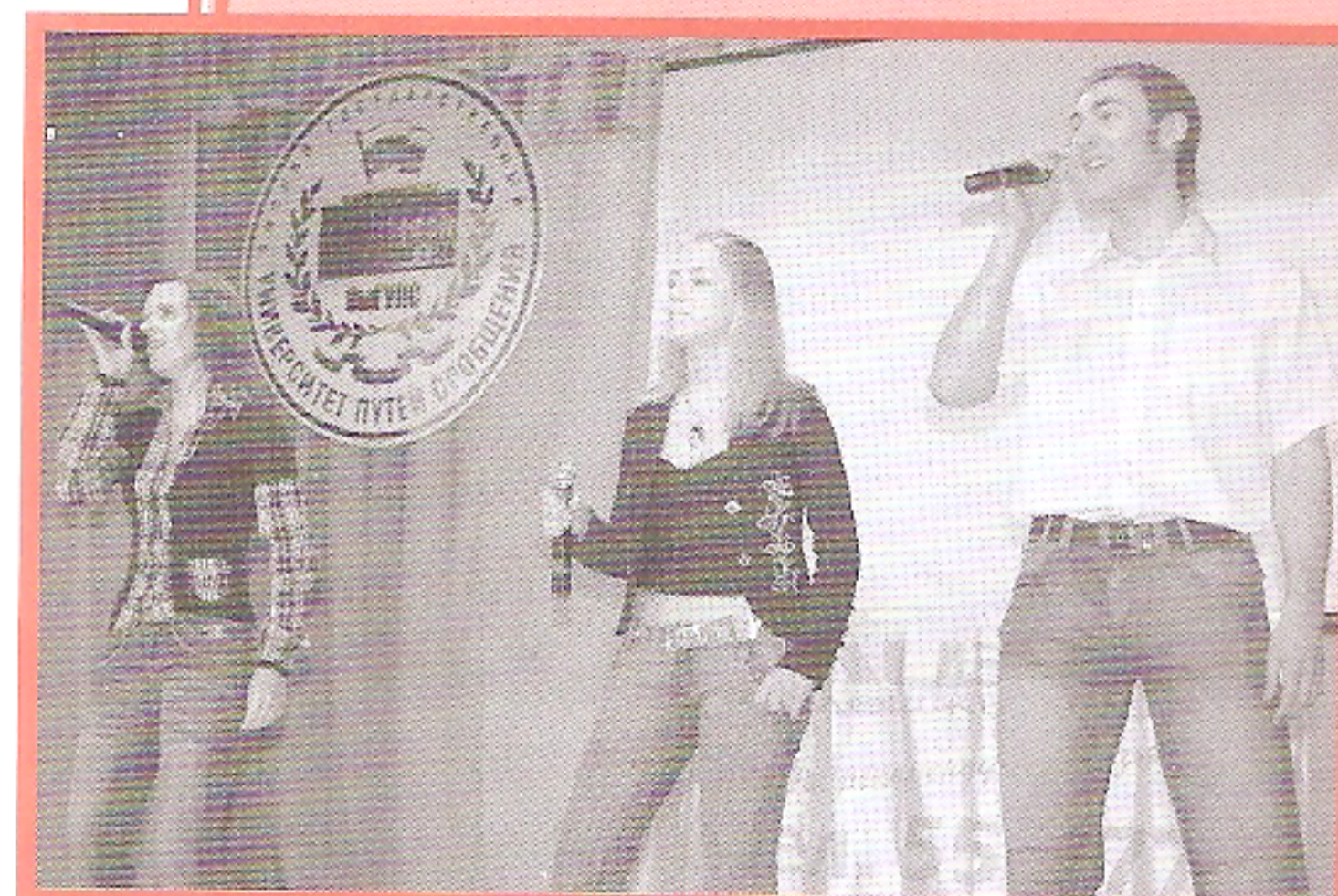
По словам **координатора фестиваля «Экспресс-2007», Анны Поповой**, цель мероприятия – привлечение внимания общественности к социальным проблемам и поиск возможных вариантов их решения. Конкурс проходил в двух номинациях – лучший PR-проект и лучшая работа социальной направленности. Лучшим PR-проектом была признана

работа команды «Трио» – ОмГУПС, которая предлагала повысить имидж системы российского здравоохранения, транслируя по телевидению и радиовещанию передачи о медицине. Проект также подразумевал выпустить справочник медучреждений, разместить плакаты «Спасибо, доктор!» по городу и т.д..

Участие в подобных конкурсах помогает нам приобрести некоторый опыт в разработке PR-проектов и изготовлении роликов социальной направленности. Проблемы нужно не только осветить, но и уметь найти пути их решения, – считает **Наталья Петрова, участница команды «PRизыв»**.



В номинации на лучший ролик социальной направленности на суд экспертов были представлены работы, в которых рассматривались проблемы материнства и детства, наркотической и алкогольной зависимости, суицида и т.д. Очень грустным оказался ролик команды ОмГТУ «В теме»: еще не родившийся ребенок рассуждал о своей будущей жизни, о любимых родителях, но он не родился. Команда ОмГПУ «БЛА-групп» стала победителем в этой номинации за ролик «Осторожно, дети!». Присутствующие увидели, как общается молодежь между собой, по телефону, употребляя в основном нецензурные выражения, а рядом сидит маленькая девочка. Оживление в рядах зрителей вызвал ролик команды ОмГТУ «No comments»: сначала идет мультипликационная заставка о карусели, потом реальные кадры наших детских площадок. Представлены фотографии железных каруселей (вернее, то, что от них осталось), рядом с ними – бутылки и шприцы, вода в песочнице. Эта работа очень понравилась **Павлу Кручинскому, генеральному директору ЗАО «Миэль-недвижимость»** (организация явилась генеральным спонсором «Экспресс-2007»):



– Ребята очень творчески подошли к этому конкурсу. По роликам видно, что молодежь заинтересована социальными проблемами. Было бы хорошо, если бы такие мероприятия всегда имели площадку для проведения. Творческий потенциал студенческих работ очень высок. Такие конкурсы только на пользу, они нужны для выявления креативного мышления.

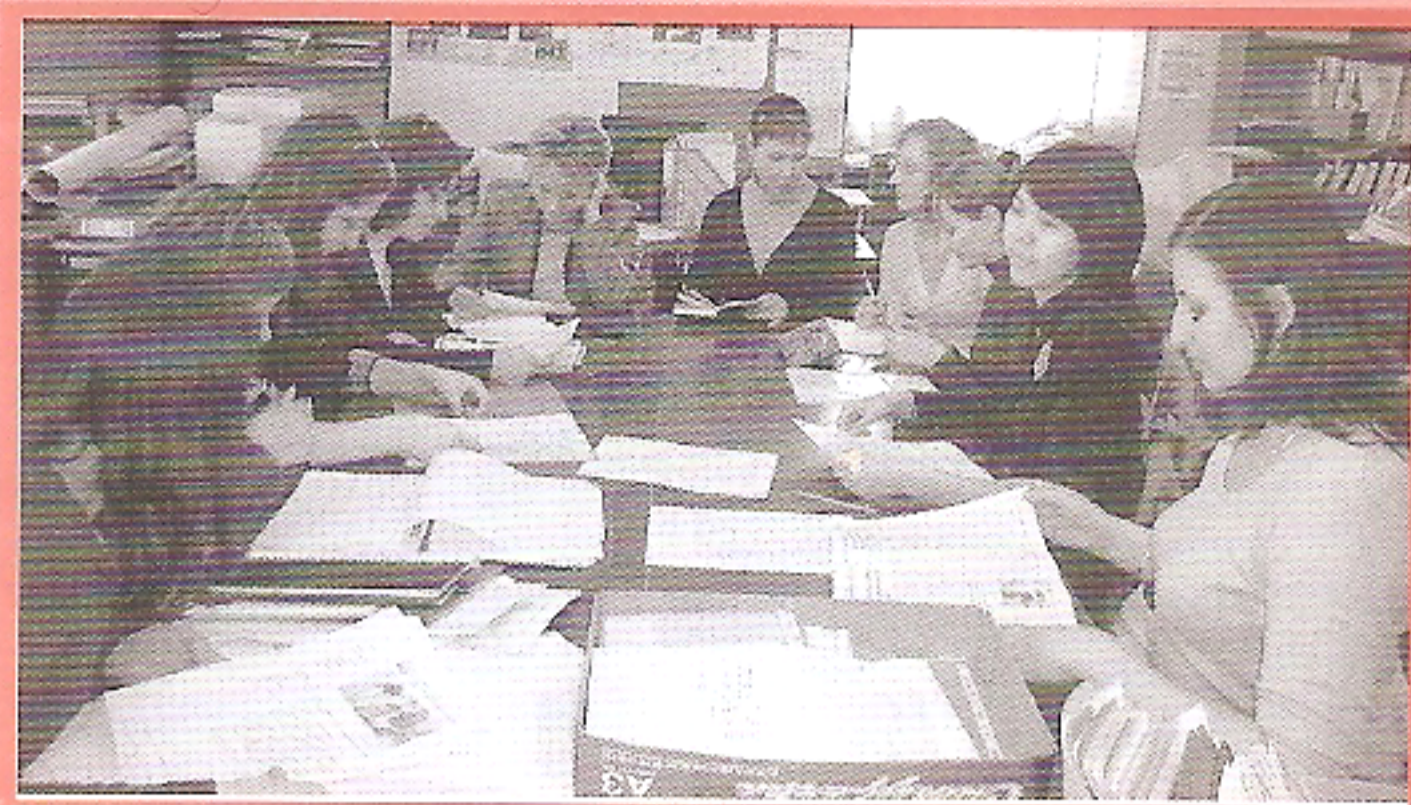
Работа «Для кого этот мир» команды «В теме» ОмГТУ, вошедший в тройку победителей, нестандартно подошел к освещению проблемы абортов.

Зинаида Тикунова, председатель экспертного совета, она же председатель Центра общественных инициатив, при вручении дипломов и ценных подарков победителям предположила, что некоторые ролики, возможно, задействует в своей деятельности. Вообще по мнению экспертов, студенческие работы не должны остаться в архивах, их нужно протранслировать по местному и даже по центральному телевидению. Однако **Анна Алисова, директор ООО «13 канал»**, отметила, что не все работы жизнеспособны, есть



Стажировки студентов

В рамках организации стажировок студенты побывали в Омской региональной общественной организации «Центр развития общественных инициатив», ознакомились с деятельностью других некоммерческих организациях города, таких как Омская городская детская общественная организация «Оазис», Омская городская общественная организация «Центр творческих инноваций Клубника», Омская региональная общественная организация родителей детей-инвалидов «ЗОРИ», Омская региональная общественная организация «Благотворительный Центр помощи детям «Радуга», Омское Региональное Отделение Общероссийской общественной организации инвалидов «Всероссийское общество глухих», Общественная организация женщин-инвалидов Омской области «Вербена», Городская общественная организация молодых инвалидов «Апейрон».



В рамках стажировки прошло знакомство студентов со спецификой деятельности НКО, а также студенты приняли непосредственное практическое участие в деятельности организаций: готовили информационные материалы (буклеты) для организаций, разрабатывали макеты логотипов, рекламных листовок и визиток организаций.



В Центре развития общественных инициатив студенты принимали участие в организации и проведении традиционных ежегодных мероприятий и акций, которые проводятся по инициативе Центра в нашем регионе:

- Ежегодная благотворительная акция «Благотворительный сезон-2006».
- Коалиционная добровольческая акция «Весенняя неделя добра».
- Конкурс «Социальная звезда».
- Конкурс «Корнями дерево сильно».
- Конкурс на консолидированный бюджет «Добрый город».
- Ярмарка НКО.

Также студенты приняли непосредственное участие в подготовке и выпуске газеты для общественных организаций Омской области (информационного бюллетеня) «Вестник НКО», в том числе специального выпуска, в который вошли в большинстве материалы, подготовленные студентами.

В Центре развития студенты знакомились с общими направлениями деятельности и принимали участие в конкретных делах. Студенты с интересом участвовали в разработке сценариев мероприятий,



изучали и отбирали материалы, редактировали, готовили информационные материалы к акциям, к размещению в СМИ, взаимодействовали с представителями НКО и общественности. Отдельно шла работа над брошюрами «Весенняя неделя добра», «Добрый город», а также готовились информационно-аналитические материалы для публикации брошюры о благотворительных сезонах: студенты просматривали комплекты газеты «Вестник НКО» за 1998–2006 годы, отбирали материалы об участниках этой акции, о победителях конкурсов, о церемониях подведения итогов, составляли тексты о прохождении конкурсов в округах города. Это была настоящая практика, которая требовала конкретной, трудоемкой работы – следует отметить, что студенты отнеслись к ней серьезно, внимательно и заинтересованно.

PR сопровождение мероприятий силами студентов заключалось в разработке сценариев мероприятий, разработке рекламных материалов и информационных рассылок в СМИ, непосредственном участии в презентациях и заключительных церемониях мероприятий.

Информация о коалиционных мероприятиях, в организации и проведении которых приняли участие студенты

12 февраля 2007г. состоялось торжественное подведение итогов акции «Благотворительный сезон-2006»

Благотворительные сезоны проводятся в Омске ежегодно с 1998 года, инициаторами и организаторами этих широкомасштабных коалиционных акций являются Совет общественных организаций, Общественная палата Омской области и Центр развития общественных инициатив.

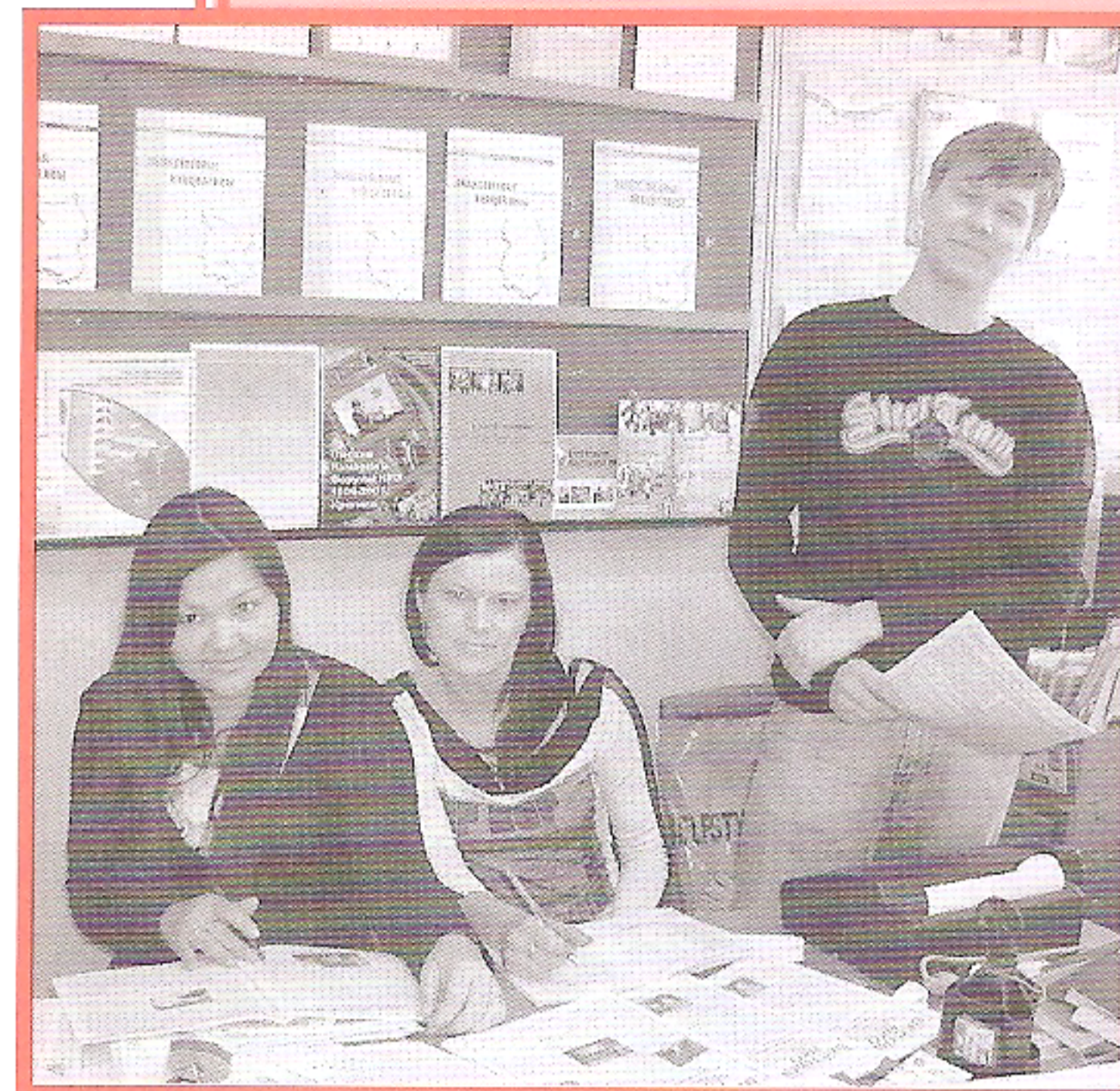
Цель Благотворительных сезонов – привлечение внимания к традициям благотворительности, добра и милосердия; создание благоприятной среды для активизации добровольческих инициатив, направленных на оказание помощи социально незащищенным слоям населения.

Акция «Благотворительный сезон»

- Консолидирует усилия разных секторов общества на оказание благотворительной и добровольческой помощи различным группам населения.

- Содействует укреплению партнерских отношений между НКО, предпринимателями, органами государственной власти и местного самоуправления.

- Активизирует деятельность коммерческих структур в области благотворительности.



В «Благотворительном сезоне - 2006» приняли участие 1164 организации и учреждения - крупные коммерческие предприятия и частные предприниматели, общественные организации и комитеты территориального общественного самоуправления, окружные отделы социальной защиты населения и центры социального обслуживания населения, дворцы культуры и культурно-досуговые центры, библиотеки, клубы по месту жительства, высшие и средние учебные заведения. За три с половиной месяца было проведено 4508 благотворительных мероприятий в детских домах и приютах, школах-интернатах, больницах и других учреждениях. Более 200 тысяч человек получили добровольческую и материальную помощь.

В рамках «Благотворительного сезона» активно действовали оргкомитеты акции. На основании их представлений определены более 100 победителей в следующих номинациях: «Благотворитель года», «Благотворитель сезона», «Лучшая НКО», «Доброволец года», «Доброволец сезона» и др. Сертификатами и дипломами отмечены клубы по месту жительства, учреждения культуры, библиотеки и учебные заведения.

30 мая 2007 г. в Зале органной и камерной музыки состоялась церемония награждения участников и победителей конкурса "Социальная звезда".

Цели конкурса: общественное признание социально-активного человека, поддержка позитивных инициатив жителей города Омска и Омской области.

Конкурс «Социальная звезда» проводился в Омске уже в четвертый раз.

В 2007 году в «Социальной звезде» приняли участие 241 конкурсант из города Омска и 27 районов области. Заявки были приняты из 68 населенных пунктов Омской области, а также из всех 5 округов города.

Конкурс проводился по следующим номинациям:

- «Нам года - не беда!» - для активных граждан старшего возраста;
- «Я - гражданин России» - для активных молодых людей (от 14 до 30 лет)
- «Омская звездочка» - для детей до 14 лет
- «Щедрая душа» - для представителей малого, среднего, крупного бизнеса, оказывающих благотворительную помощь организациям, учреждениям и частным лицам.
- «Зажечь сердца людей» - для тех, кто сумел организовать людей вокруг себя на добрые дела.
- «От сердца к сердцу» - для тех, кто от чистого сердца бескорыстно помогает людям.
- «Живи как хозяин» - для тех, кто вносит вклад в благоустройство своего подъезда, дома, двора,



детской или спортивной площадки, улицы, города, села.

Омичи нынче наиболее активны в номинации "Я гражданин России" – 65 участников – большая часть участников из сельских районов.

Возраст участников от 9 до 86 лет. Все участники в торжественной обстановке были награждены дипломами признательности и памятными призами. В этом году почетные значки "Социальная звезда" получили 45 номинантов. В рамках церемонии награждения выступили солисты Омской филармонии – орган и вокал звучали торжественно и празднично в честь социальных звезд.

Накануне международного дня семьи в Омске подведены итоги конкурса «Корнями дерево сильно» и 11 мая состоялась церемония награждения победителей.

«Через познание своих «корней», истории рода и страны к осознанию себя и своего места на земле своих предков, на своей родине» – таков основной девиз конкурса.

Цель конкурса: Вызвать интерес у подрастающего поколения к истории своей семьи, помочь ощутить общность со старшими поколениями, познать истоки своего характера, темперамента, интеллекта, профессиональных пристрастий, развить свои творческие способности.

Конкурс должен способствовать укреплению семей на основе взаимопонимания, уважения и помощи, преемственности семейных традиций и правил общежития.

Конкурс проводился Омской региональной общественной организацией «Центр развития общественных инициатив» в рамках программы «Мой род» на территории Российской Федерации. В нем приняли участие дети 12-17 лет – учащиеся 5-11 классов общеобразовательных школ.

Было представлено 69 творческих работ. Многие работы отличались глубиной, охватывали описания нескольких – 5 и даже 7 – поколений, включали размышления о значении семьи, об ее истоках, о корнях, которые «питают» новые поколения. Работы богато иллюстрированы, приведены исторические факты, художественно оформлены генеалогические древа.

Во многих работах представлены семейные реликвии, которые хранятся и передаются из поколения в поколение: чаша, принесенная прапрадедом из паломничества в Мекку, фронтовая ложка дедушки, медаль 1913 года и удостоверение





к ней, выданное в честь 300-летия дома Романовых; свидетельство об окончании церковно-приходской школы 1897 года, «Выпись из метрической книги» 1896 г.; свидетельство об окончании гимназии и приобретении звания домашней учительницы по истории 1916 г., удостоверение об окончании частной женской гимназии 1915 г.; членские карточки и билеты ОСОВИАХИМ, сибирской лесной секции, слушателя курсов «ПОЛИГЛОТ», фотографии конца XIX начала XX веков и многое, многое другое.

В работах ребят была отражена история нашей страны, запечатленная в семейных воспоминаниях событий и описаниях династий, которые подтверждались письмами, удостоверениями к наградам дедов и прадедов, солдатскими треугольниками с фронта, передаваемыми из поколения в поколение личными историями родных. Практически во всех работах гордость за дедов, предков – желание быть похожими на них.

Экспертный совет, в который вошли представители Краеведческого музея, Областного Совета и Фонда ветеранов (пенсионеров) войны, труда, вооруженных сил и правоохранительных органов, Центра документации новейшей истории Омской области, Общественной палаты Омской области, Общества коренных омичей, департаментов Администрации г. Омска, Общества «Мемориал» и другие, определил победителей в каждой возрастной категории: 12-13 лет, 14-15 лет, 16-17 лет, которым были вручены дипломы и подарки. Вручали награды члены Областного Совета ветеранов (пенсионеров) войны, труда, вооруженных сил и правоохранительных органов.

Весенняя неделя добра (ВНД) – коалиционная добровольческая акция, целью которой является продвижение идеи добровольчества как важного ресурса для решения социальных проблем местного сообщества и повышение гражданской активности населения. Задачи акции – оказать добровольческую и благотворительную помощь нуждающимся, привлечь внимание общественности к важной роли добровольческой деятельности (добровольческого участия) в решении социальных проблем местного сообщества и пригласить к участию в добровольческой помощи как можно больше граждан и организаций.

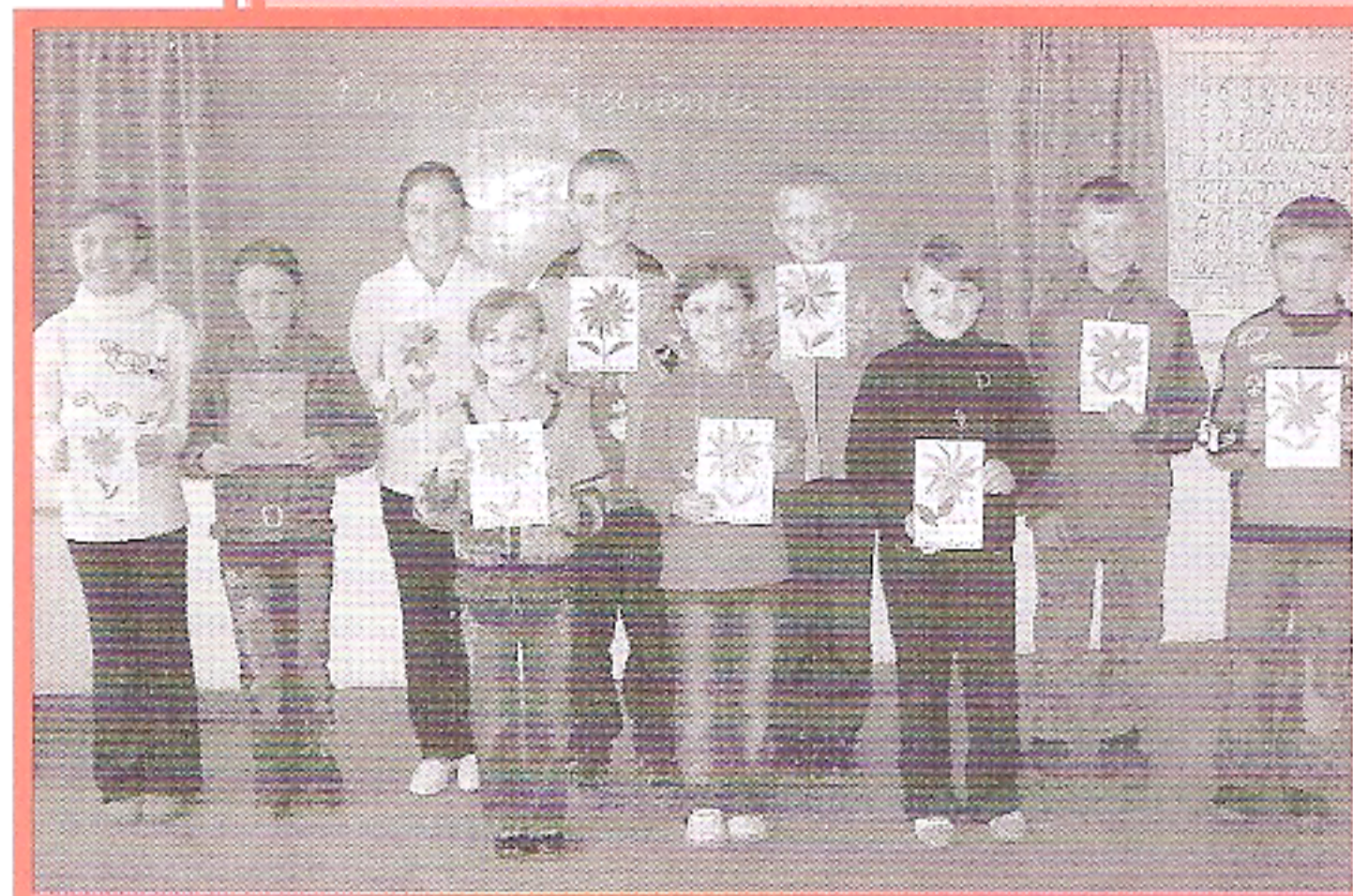
В Сибири Весенняя неделя добра проводится с 1999 года В Омске акция проходит с 2000 года,

24 мая состоялось торжественное подведение итогов широкомасштабной коалиционной добровольческой акции «Весенняя неделя добра».

В нынешнем году акция «Весенняя неделя добра» в Омске и Омской области проходила с 21 по 28 апреля под общим девизом «Мы вместе создаем наше будущее!».



В 2007 году в акции приняли участие свыше 200 организаций. Среди них: Общественные организации, Общеобразовательные учреждения, Центры по работе с молодежью и клубы по месту жительства, Центры социального обслуживания населения, Комитеты территориального общественного самоуправления, различные организации из Омского, Москаленского, Любинского, Саргатского, Нововаршавского и Одесского районов, представители коммерческих организаций.



Более 50 тысяч добровольцев принимали участие в акциях добра и милосердия. Например, школьники из Новоцарицынского сельского поселения провели акцию «Птичий дом» и изготовили 42 скворечника, школьники из Любинского района провели акцию «Аллея добра» и высадили деревья, из Увалобитиинской школы – провели акцию «Сундук добра» и собрали пожертвования, одежду, игрушки для беженцев и переселенцев и передали нуждающимся, а также в этом селе школьники распределили все улицы села между классами и навели порядок.

Добровольцы из «Милосердия» ухаживали за пожилыми, одинокими людьми, инвалидами, помогали в уходе за отказными детьми в медучреждениях.

Центр «Сударушка» в рамках акции оказал помощь 1034 малообеспеченным гражданам, участникам ВОВ, инвалидам. Самое активное участие приняли школы.

Всем активным участникам и организаторам акции были вручены благодарственные письма (всего свыше 400).



12 Ярмарка НКО, общественный Форум «300-летию Омска – наши инициативы»

13 ноября в ОмЦ «Химик» состоялась 12 Ярмарка НКО, омский общественный Форум «300-летию Омска – наши инициативы».

В Ярмарке приняли участие НКО, КЦСОН, молодежные Центры и детские клубы по месту жительства, студенты омских ВУЗов, учащиеся колледжей и училищ – всего около 400 человек.

По традиции состоялась стендовая выставка проектов и программ, а также ряд организаций представил свою деятельность в виде альбомов, книг, национальных костюмов, буклетов, поделок и т.д.

От организаторов – Ярмарки Совета общественных организаций и ЦРОИ – со вступительным словом выступила Тикунова Зинаида Васильевна, председатель Совета НКО.

Приветствовал участников Форума Сокин Алексей Анатольевич, заместитель председателя комитета



по вопросам местного самоуправления, законности и правопорядка Омского городского Совета.

Участники Ярмарки совершили увлекательное путешествие по страницам летописи развития общественных объединений Омска и Омской области.

«Ветераны – юбилею города»

1. Совет ветеранов войны и военной службы Советского Административного округа, руководитель Баринов Александр Алексеевич

2.00 «Поиск», руководитель Кудря Галина Григорьевна.

«Милосердие»

1. Общество инвалидов Октябрьского округа, руководитель Калиновский Александр Фадеевич, народный хор «Дружба».

2. Общественная организация Общество «Милосердие», руководитель Артемьев Виктор Николаевич.

«Семья и здоровье»

1. Общественная организация «Союз женщин России» Ленинского округа, председатель Филиппова Нина Петровна.

2. Городская общественная организация «Дар», исполнительный директор Ханох Татьяна Борисовна.

3. Региональная ОО Центр «Сибирская альтернатива», руководитель Ефремов Денис

«Национальная культура»

1. Творческое объединение «Аманат» руководитель Кампара Зайнуловна Биржанова.

2. Общественная организация «Живи надежда», Алимова Ляля Измайловна.

3. Армянский культурный центр «Луйс», руководитель Гаяне Левоновна Акопян.

«Объединим усилия»

1. Совет общественных организаций, ОРОО «Центр развития общественных инициатив», председатель Тикунова Зинаида Васильевна.

«Молодежные инициативы»

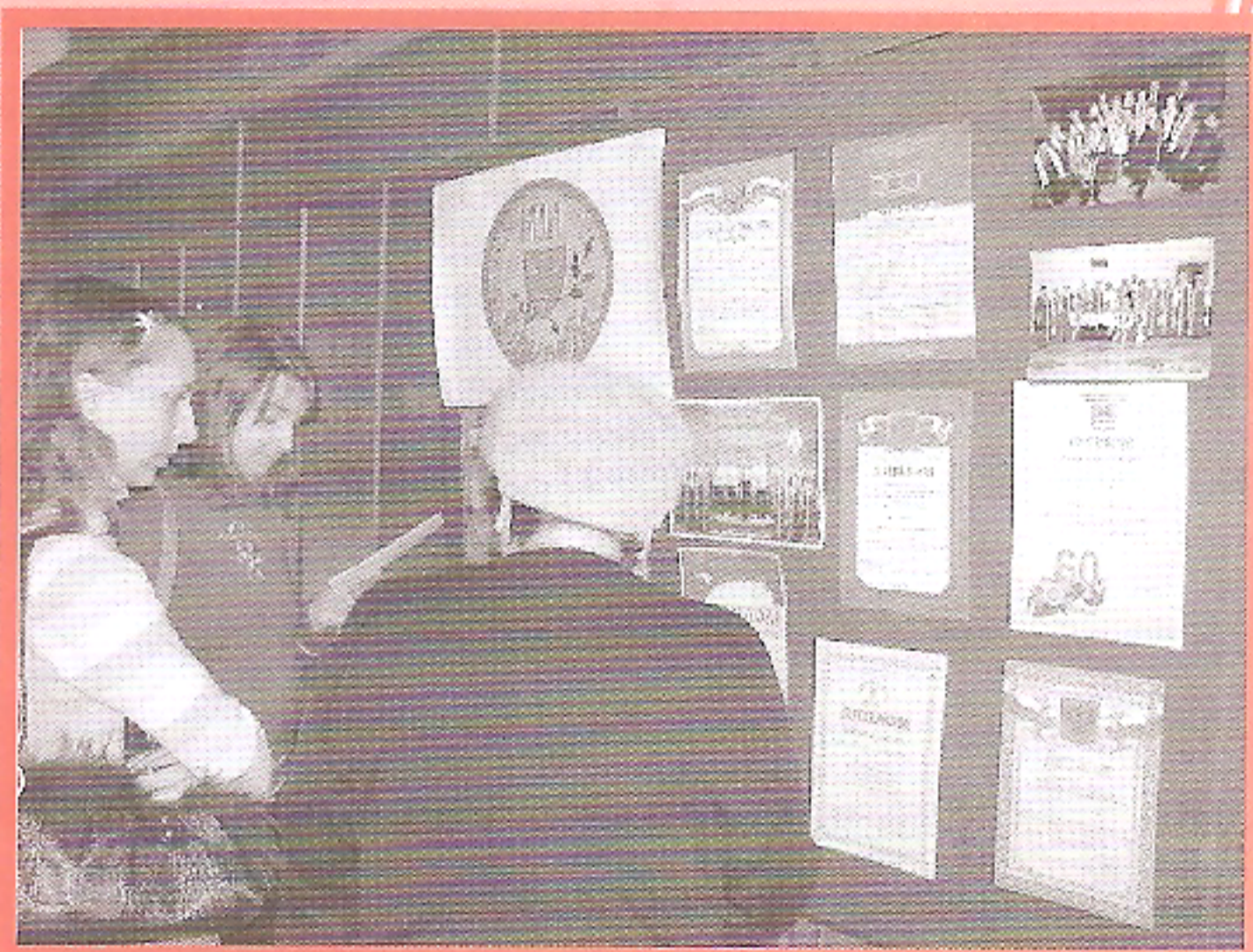
1. «Социальные проблемы: поиск, решения». Презентация социальных роликов. Что интересует нашу молодёжь? Какие вопросы они ставят перед обществом, властью?..

«Дети»

1. ОГОО «Центр творческих инноваций «Клуб Ника», руководитель Клименко Валерия Анатольевна

2. Омская городская детская общественная организация «ОАЗИС», председатель Шершнёва Надежда Кузьминична.

3. МОУ ДОД ЦДТ «Созвездие».



Из курсовой работы

«PR-сопровождение мероприятий НКО»

... развитие НКО признается в современной России весьма перспективным. Но и здесь не обходится без проблем, среди которых отсутствие постоянной материальной базы и, как результат, необходимость внедрения механизмов фандрайзинга, отсутствие или крайне слабо выраженный интерес общественности и СМИ к событиям «третьего сектора». Единственно возможным решением указанных проблем предстает система принципов и методов Public Relations.

..2. Функционирование инструментов PR в социальной сфере
Формально PR-работа в социальной сфере связана с решением традиционных задач, а именно:

1.Сбором и анализом информации об окружающем организацию социальном пространстве, о тенденциях развития и ценностях общества.

2.Представления организации во внешнем мире.

3.Подготовки и распространения информации об организации.

4.Подготовки и проведения публичных мероприятий.

5.Формирования и поддержания корпоративной культуры.

Другими словами, в рамках третьего сектора возможно организация работы по PR по нескольким направлениям, в том числе для:

1.Создания позитивного имиджа организации для различных сегментов общественности.

2.Создания доверительных отношений между организацией и общественностью.

3.Установления постоянных отношений ос СМИ: формирование группы доверенных журналистов, создания и распространения различных информационных материалов, проведения деловых встреч.

4.Обеспечения благоприятной внутрикорпоративной атмосферы.

5.Изучения общественного мнения, анализа воздействия организации на общественность, прогнозирования ситуации.

6. Курирования важных социальных связей.

7. Расширения сферы влияния организации.

8. Использования и создания информационных поводов, проведения естественных и организации специальных событий.

9. Организация лоббирования.

10. Поддержания маркетинговых и коммерческих усилий организации

11. Участия в нейтрализации и в разрешении конфликтных ситуаций, в управлении в кризисных ситуациях.

12. Формирования спонсорских и благотворительных усилий организации.

13. Отслеживания, инспирирования и нейтрализации неформальных информационных волн.

Первоначально каждая некоммерческая организация должна определить цели в сфере связей с общественностью. Среди них могут быть:

- распространение информации о целях и деятельности своей организации среди общественности;
- побуждение отдельных лиц к использованию услуг данной организации;
- разработка просветительских материалов;
- поиск средств на работу организации.

В целях реализации данного набора задач PR-специалисты НКО, используют, по большей части, стандартные методы работы, включающие проведение PR-мероприятий, разработку буклетов, брошюр, информационных листовок и иных необходимых материалов, а также инструменты фандрайзинга. Помимо этого, вполне уместно проведение рекламных и промоакций, если того требует ситуация.

В качестве носителей PR-информации о НКО можно использовать название и логотип организации; внутренний интерьер офиса; корпоративный стиль, пресс-конференции и иные PR-мероприятия; информационные материалы о деятельности; реклама на различных носителях; сувенирная продукция; бланки и визитные карточки; буклеты, афиши мероприятий, в которых так или иначе задействована организация; выступления лидеров организации о социально-значимых проблемах, о состоянии третьего сектора в городе, регионе, стране и пр.; корпоративное издание; страница в Интернете; электронная почта.

Есть несколько ключевых моментов в отношении СМИ и НКО:

1. Не стоит опасаться, быть навязчивыми в контактах с журналистами. Вместе с тем надо понимать, что у представителя СМИ огромное количество тем для публикации.
2. Необходимо проводить анализ СМИ своего региона и составлять медиакарту.
3. Стоит наносить «визит вежливости» в СМИ, цель которого создать благоприятный имидж НКО и «завязывать» контакты. Впоследствии для поддержания контакта необходимо созваниваться с представителями СМИ или посещать, чтобы не забыли.
4. Регулярно, но только при наличии информационного повода, стоит делать рассылку пресс-релизов, проводить пресс-конференции, круглые столы, брифинги.
5. Следует заранее предупреждать о проводимых мероприятиях и приглашать на них журналистов.
6. Только нарабатывая новые и новые связи, можно найти нужных журналистов.
7. Информация, предоставляемая журналистам всегда должна быть точной и правдивой. Но и не стоит вдаваться в другую крайность, рассказывая о себе «всю подноготную».
8. Для эффективной работы со СМИ незаменимыми оказываются личные контакты с журналистами.
9. Стоит благодарить журналистов, постоянно публикующих материал об НКО.

Из дипломной работы
«ЯРМАРКИ КАК ТЕХНОЛОГИЯ
СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В НЕКОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ»

Конкретные задачи СО для некоммерческой организации:

- издание информационно-просветительской литературы;
- проведение семинаров, тренингов;
- повышение квалификации сотрудников организации;
- овладение информационными технологиями;
- осуществление продвижения идеологии общественного объединения;
- осуществление связей со средствами массовой информации;
- осуществление связей с российскими и международными НКО;
- проведение конкурсов, праздников и ярмарок;
- экскурсии, организация выставок, аренда залов, призовой фонд;
- деятельность волонтеров, стимулирование работы общественников;
- продвижение проектов НКО в органах власти и бизнеса.

Источники необходимых ресурсов для проведения мероприятий по СО

- органы власти (органы власти бывают заинтересованы в раздаче благотворительных средств, т. к. это способствует улучшению их имиджа и репутации в глазах общественности);
- финансовые учреждения (банки, инвестиционные институты, и т.д.. Они заинтересованы примерно в том же, что и органы власти, плюс размывание традиционно сложившегося мнения о "закрытости и жадности");
- действующие рентабельные предприятия и коммерческие структуры (зачастую выделяют деньги и средства безвозмездно, это создает репутацию открытых, заинтересованных в будущем структур);
- внебюджетные, благотворительные фонды и организации, в том числе и международные (фонды выделяют средства на развитие демократии и гражданского общества, социально-значимых проектов в поддержку малоимущих. Например, фонд Форда выделяет гранты на проведение семинаров, конференций, ярмарок и других полезных мероприятий, а также поддерживает общественные организации, способствует развитию местных сообществ и самоуправлений);
- собственные средства организации, в том числе членские взносы и труд добровольцев (как правило, членские взносы собирают общественные организации, которые не имеют спонсоров, чаще всего членские взносы набираются вне зависимости от количества сторонников, главное, набор определенной суммы на текущие расходы);

- коммерческая деятельность НКО, рекламное включение спонсора в свою продукцию и марафоны, акции с целью сбора средств (различные договоры с предпринимателями, размещение их логотипов на массовых мероприятиях, благотворительные выставки и ярмарки);

- частные лица, знакомые, друзья (бывает и так, что спонсорами и дарителями выступают друзья – обеспеченные люди).

К этому перечню можно добавить, фирмы, общественные и частные фонды оказывают помощь некоммерческим организациям, финансируя их социально значимые проекты. Однако они оказывают только временную или первоначальную поддержку. Как правило, они не оказывают постоянной помощи.

Обычно СО в третьем секторе используется для:

- создания позитивного имиджа (положительного образа) организации для различных сегментов общественности;

- создания доверительных отношений между организацией и общественностью;

- установления постоянных отношений со СМИ: формирование групп доверенных журналистов, создание и распространение различных информационных материалов – пресс-релизов, пресс-китов и т.д.;

- проведения деловых встреч, пресс-конференций, семинаров, информационных поездок и т.д.;

- обеспечения благоприятной внутрикорпоративной атмосферы: создание у сотрудников организации чувства ответственности и заинтересованности делах организации;

- изучения общественного мнения, анализа воздействия организации на общественность, прогнозирования ситуации;

- курирования важных социальных связей;

- расширения сферы влияния организации; использования и создания информационных поводов, проведения естественных и организации специальных событий;

- организации лоббирования (продвижение крупных проектов в органах власти);

- поддержания маркетинговых и коммерческих усилий организации;

- участия в нейтрализации и в разрешении конфликтных ситуаций, в управлении в кризисных ситуациях;

- формирования спонсорских и благотворительных усилий организации;

- отслеживания, инспирирования и нейтрализации неформальных информационных волн (“технология слухов”).

Сморкалов Александр

Из дипломной работы «РОЛЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНОМ ПАРТНЕРСТВЕ БИЗНЕСА И НКО»

Социальное партнерство – это цивилизованная форма социальных отношений, которая обеспечивает согласованность интересов, координацию (защиту) усилий различных групп населения, организаций и властных структур в решении определенных социальных проблем, достижении единой позиции по важнейшим направлениям развития общества путем заключения соответствующих соглашений (договоров).

Рекомендации по взаимодействию ОРОО «Центр развития общественных инициатив» с бизнесом и другими целевыми аудиториями

Для эффективного выстраивания взаимовыгодных отношений ОРОО «ЦРОИ» как с представителями бизнес-структур, так и с другими целевыми группами общественности, автор работы считает необходимым достижение следующих целей:

1. включение ЦРОИ в общее информационное пространство на территории города Омска
2. создание условий для привлечения внимания СМИ и объективного освещения ими деятельности ЦРОИ
3. налаживание постоянной обратной связи с целевыми аудиториями

Для достижения поставленных целей требуется выполнение следующих задач:

1. единые подходы к сбору, обработке, хранению информации об НКО, проектах и рабочих мероприятиях в базах данных Центра развития
2. оптимально использовать существующие каналы передач информации
3. регулярно отслеживать результаты деятельности ЦРОИ, используя методы изучения общественного мнения, экспертного опроса, социологического исследования, контент-анализа информации в СМИ.

1. в сложившейся ситуации автор проекта считает целесообразным организацию совместного проекта с журналом «Бизнес-курс». Это может быть как традиционная акция Центра развития общественных инициатив, так и специально организованный проект. Издание «Бизнес курс» приглашается к сотрудничеству в качестве информационного спонсора.

2. возможна реализация тренинговых программ для представителей бизнеса. Тематика проводимых мероприятий может быть следующей: социальная ответственность бизнеса, развитие корпоративной социальной ответственности, спонсорство и благотворительность, разработка социальной стратегии организации и т.д. Также рекомендуется проведение «круглых столов» с участием представителей бизнеса, СМИ и власти.

3. установление взаимодействия с различными некоммерческими организациями и объединениями в сфере бизнеса: Торгово-промышленная палата, Ремесленная палата Омской области, Омский областной союз предпринимателей, Союз товаропроизводителей и работодателей

Омской области, Союз содействия работникам торговли г. Омска и Омской области, Омская региональная ассоциация промышленников и предпринимателей.

4. применение корпоративного волонтерства. Автор проекта считает этот способ сотрудничества выгодным как для НКО, так и для бизнеса. Волонтерская работа обеспечивает развитие человеческих и профессиональных ресурсов, способствует приобретению навыков, не связанных с непосредственной трудовой деятельностью. В конечном итоге приводит к более глубокому пониманию интересов и целей НКО.

Предполагаемая работа по связям с общественностью, направленная на разные целевые группы:

1. некоммерческие организации и добровольцы. Поскольку именно на эту целевую группу направлена основная работа менеджеров (проведение тренингов, семинаров и консультаций; организация их участия в различных проектах и др.), то приоритетным для специалиста по СО будет налаживание четкой системы обратной связи. На сайте ЦРОИ предлагается организовать гостевую книгу для отзывов и предложений. Там же члены НКО и добровольцы могут получить консультацию специалиста. Так как техническое оснащение многих НКО оставляет желать лучшего, требуется и создание книги предложений и пожеланий.

2. СМИ. В работе со СМИ в сложившейся ситуации главным является установление долговременного сотрудничества, основанного на постоянном информировании. Для реализации выбранной стратегии планируется:

- Оперативное предоставление интересующей информации и фотоматериалов по конкретным запросам журналистов
- Создание информационных поводов, рассылка пресс-релизов и своевременное анонсирование проводимых мероприятий
- Ведение базы данных и мониторинг СМИ
- Организация встреч с прессой
- Установление постоянных доброжелательных отношений с конкретными корреспондентами изданий, освещающими благотворительные акции.

3. молодежь, студенты. С этой целевой аудиторией ведется активная работа по привлечению к проектам в ходе прохождения практики и на добровольных основах. Ведется постоянная работа с кафедрами высших и средне-специальных учебных заведений, готовящими специалистов социально-ориентированных специальностей (социальная работа, связи с общественностью). Но для информирования о деятельности ЦРОИ и всего некоммерческого сектора Омской области большего числа студентов уместно было бы проведение круглых столов, деловых игр в рамках практических занятий студентов. Организовать и проводить их могли бы студенты, уже ознакомленные с деятельностью «третьего сектора».

4. представители властных структур. На данный момент ЦРОИ постоянно сотрудничает с Администрациями округов города и области. Они оказывают поддержку в реализации программ, участвуют в научно-теоретических и научно-практических конференциях. Тем не менее автор проекта считает, что ЦРОИ необходимо действовать в целях продвижения интересов всего «третьего сектора» на уровне омского региона. Это касается нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность некоммерческих организаций, положений о социальном заказе и предоставлении муниципальных грантов.

Некоторые результаты проекта, наблюдения, выводы

Вовлечение студентов специальностей PR в деятельность некоммерческих организаций дает дополнительный ресурс некоммерческим организациям – способствует установлению связей с общественностью, продвижению НКО, созданию положительного имиджа, узнаваемости в сообществе, развитию добровольчества и благотворительности, развитию рынка социальных услуг в регионе.

- Участие студентов в мероприятиях – знакомит с проблематикой 3-го сектора, содействует формированию у них определенной гражданской позиции, возникновению связей и установлению контактов между ними.

- Участие в деятельности ЦРОИ, других НКО в качестве добровольцев (помощь в написании пресс-релизов, в организации и проведении мероприятий, участие в длительных проектах) прохождение практики, участие в семинарах, конференциях, круглых столах; курсовые и дипломные работы, рефераты, выступления в вузовских конференциях – углубляет практические знания студентов о деятельности «третьего» сектора.

- Индивидуальная осознанная работа студентов в Молодежных пресс-центрах коалиционных мероприятий (Весенняя Неделя Добра), Агентстве социальных новостей

- Устанавливаются связи между НКО и профильными кафедрами омских университетов, создаются Уголки НКО в библиотеках Университетов.

- В рамках презентации Общественного Форума, Ярмарки НКО более 70 студентов PR ознакомились с деятельностью НКО

- В рамках Молодежного Информационного Центра получили доступ к информационным ресурсам НКО все желающие – около 100 студентов, аспирантов, преподавателей Университетов

- Прошли обучение на семинарах более 200 студентов, получили информацию о 3-м секторе Омска, проблемах, их вкладе в социальную сферу, социальном партнерстве.

- Прошли стажировку в ЦРОИ, других НКО 39 студентов. В рамках стажировок студенты участвовали в выпуске информационного бюллетеня «Вестник НКО», брошюры о «Весенней неделе добра» и других информационных материалов

- В межвузовской олимпиаде по PR приняли участие не менее 100 студентов, в т.ч. в составе команд около 50 человек

- Получили консультации по темам 3-го сектора все желающие (более 30 НКО)

- Около 20 НКО получили знания и навыки по PR

- На web-странице размещена информация о 20 некоммерческих организациях, активно работающих в регионе.

- В рамках Агентства социальных новостей организована периодическая рассылка в информационные агентства и СМИ.

- В рамках итоговой конференции рассмотрены рекомендации и предложения по организации PR в «третьем» секторе для продвижения интересов НКО.

- Брошюра, изданная по итогам проекта, будет распространена в ВУЗах, 46 городских библиотеках, на кафедрах, НКО, управлениях по связям с общественностью и т.д.

Отдаленные результаты – актуализация темы продвижения НКО для потенциальных сотрудников PR-агентств, пресс-служб, редакций, государственных служб.

Предполагаем, что наиболее активные участники проекта (не менее 15 студентов) будут продолжать интересоваться этой тематикой, участвовать в PR-проектах для НКО, выбирать темы дипломных и исследовательских работ по тематике НКО.

Центр развития общественных инициатив

Центр развития общественных инициатив – некоммерческая общественная организация, задачами деятельности которой является:

- содействие становлению свободного демократического общества в России,
- развитие общественных инициатив,
- поддержка и укрепление некоммерческого сектора Омской области,
- достижение общественного согласия,
- развитие взаимодействия между общественными объединениями и органами государственной власти и местного самоуправления.

Центр развития общественных инициатив является членом Сибирской Сети, объединяющей центры общественного развития 11 регионов Сибири (Республики Алтай и Бурятия, Алтайский и Красноярский края, Иркутская, Кемеровская, Новосибирская, Омская, Томская, Тюменская и Читинская области).

Направления деятельности Центра развития

- сотрудничество с общественными организациями города и области, организация коалиционных мероприятий
- разработка и продвижение новых социальных технологий
 - внедрение новых форм взаимодействия НКО и органов власти
 - поддержка добровольческих инициатив
 - развитие благотворительности
 - поддержка и обучение общественных организаций
 - вовлечение молодежи в активную социально значимую деятельность
 - информационно-издательская деятельность



Какие услуги мы предлагаем

- Информация о деятельности НКО и событиях «третьего сектора» Омского региона, России
- Консультации по различным аспектам деятельности НКО, разработке социальных проектов
- Обучающие семинары для руководителей и актива НКО, КТОС, муниципальных учреждений, студентов
- Уникальная библиотека и читальный зал
- Организация и администрирование грантовых конкурсов
- Технические услуги
- Проведение супервизий

Чему мы обучаем

- Управление и организационное развитие НКО
- Социальное партнерство – стратегии взаимодействия
- Фандрайзинг (привлечение внебюджетных средств)
- Основы социального проектирования
- Управление социальными проектами
- Технологии работы с добровольцами и населением
- Организация общественных кампаний и работа в коалиции

- Защита и продвижение прав и интересов граждан

Что мы предлагаем молодежи и студентам

- Участие в мероприятиях и акциях Центра
- Прохождение дипломной практики и стажировка в Центре, других НКО
- Информационные и обучающие семинары
- Встречи с лидерами НКО
- Консультации и информация для написания курсовых и дипломных работ

Акции и мероприятия Центра и Совета НКО

- Ярмарки и Форумы омских НКО (1996–2007 г.г.)
- Коалиционная акция «Благотворительный сезон» (1998–2007 г.г.)
- Коалиционная добровольческая акция «Весенняя неделя добра» (2001–2007 г.г.)
- Конкурс социально значимых проектов на консолидированный бюджет «Добрый город» (2001–2007г.г.)
- Конкурс «Социальная звезда» (2004–2007 г.г.)
- Конкурс «Корнями дерево сильно» (2007 г.)

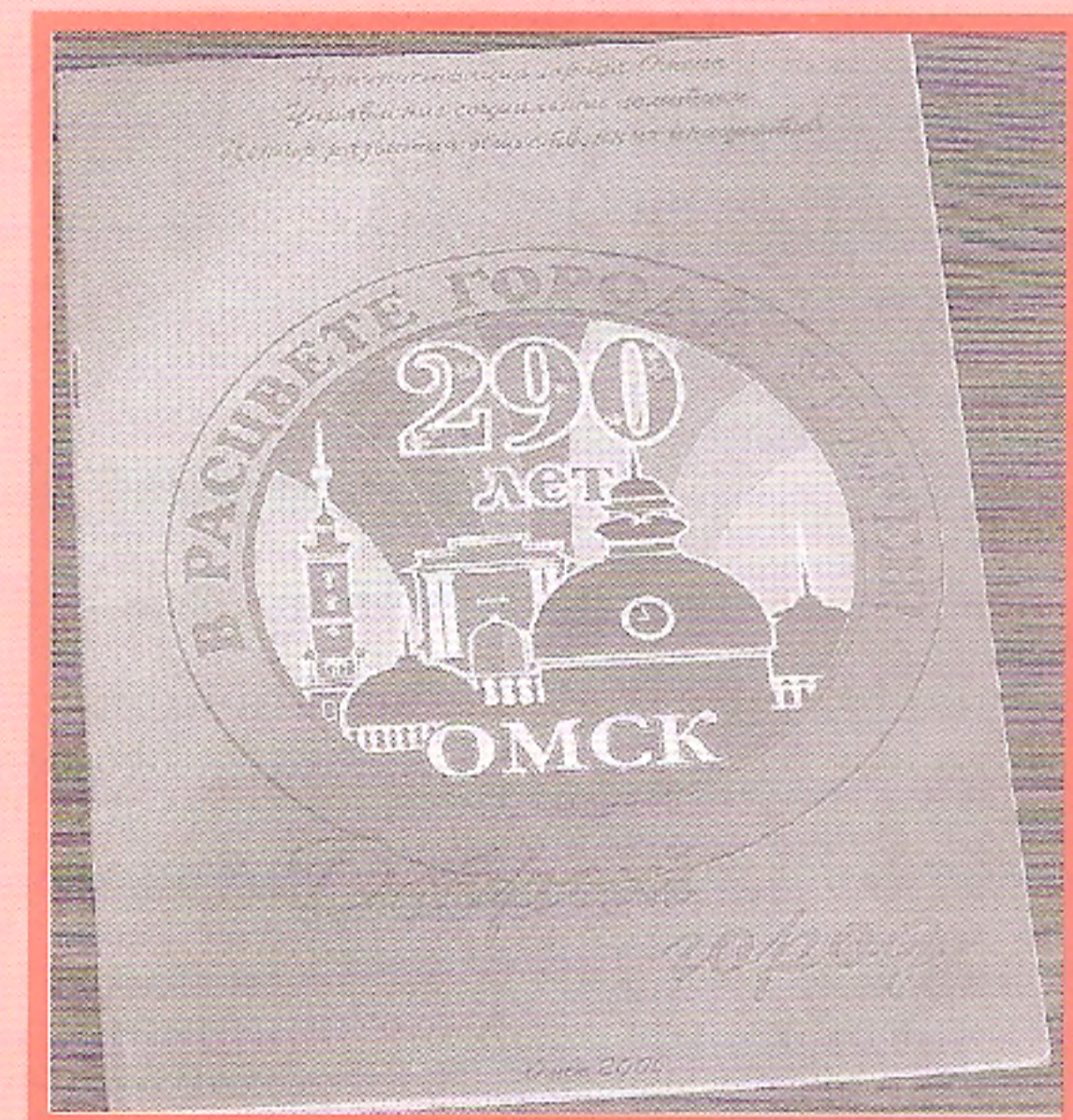
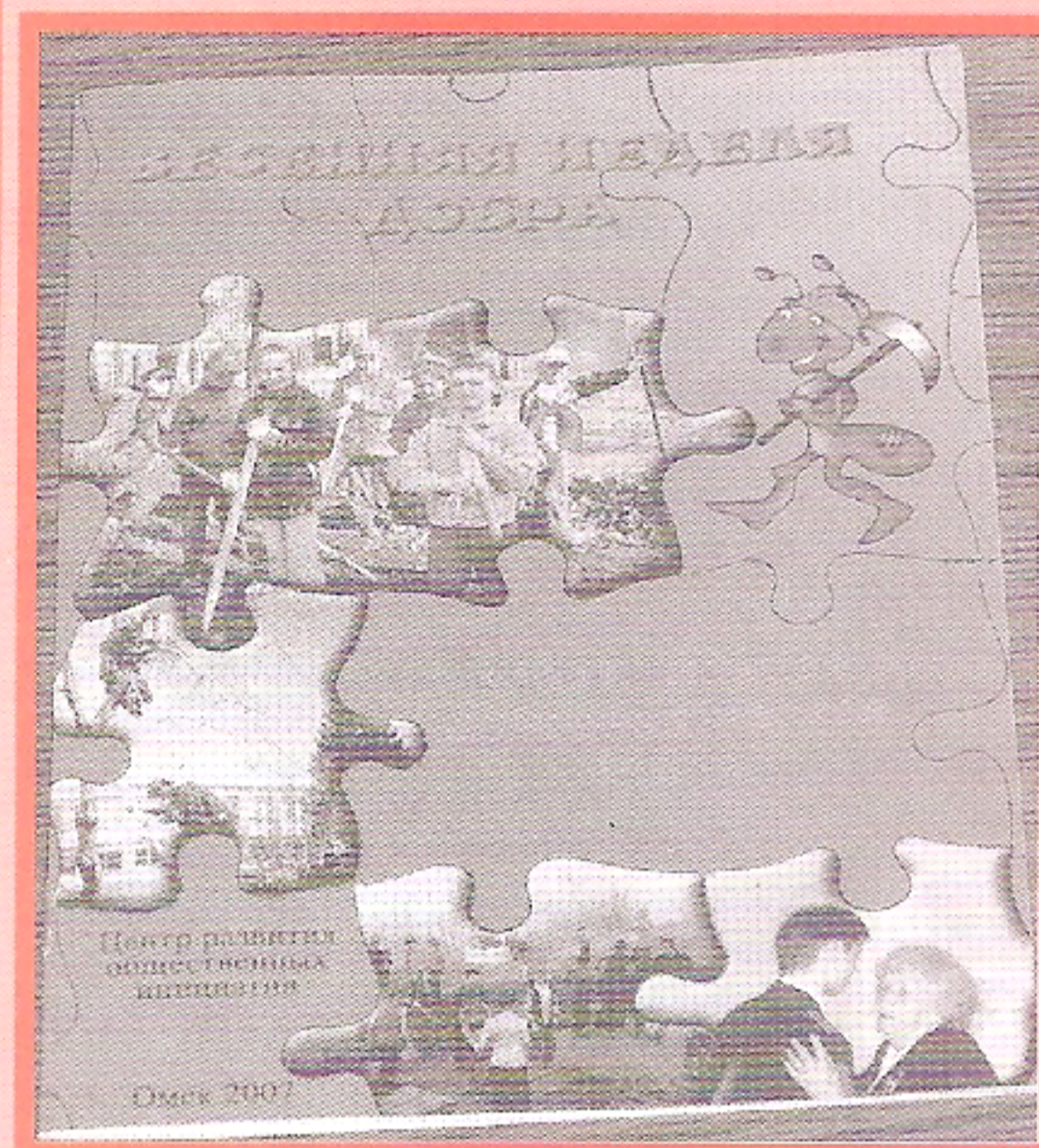
Издания Центра развития общественных инициатив

- Ежемесячная газета для некоммерческих организаций «Вестник НКО»
- Серия брошюр «Библиотечка НКО»: «Грани общественных инициатив. успешные истории омских НКО», «Социальная опора общества. Вклад омских общественных объединений в социальную сферу региона», «Социальное партнерство в Омской области. Правовое регулирование»
- Информационно-аналитический бюллетень «Общественные инициативы», №3, №4, №5
- Брошюра «Весенняя неделя добра»
- Брошюра «Роль ТОС в жизнедеятельности местных сообществ»
- Брошюра «Мозаика добрых дел»
- Брошюра «Третий сектор – новые возможности для молодежи»
- Брошюра «Социальная звезда» (специальный выпуск №6 информационно-аналитического бюллетеня «Общественные инициативы»)
- Брошюра «Добрый город»
- Брошюра «Форум грантополучателей Омской области»
- Брошюра «Омские Ярмарки и Форумы НКО 1996–2005. Хроника»
- Брошюра «Благотворительные сезоны в Омске» 2006 г.

Председатель правления ЦРОИ

Тикунова Зинаида Васильевна

г. Омск, 644043, ул. Красный Путь 9, к. 434
 тел/факс (3812) 23-23-20
<http://www.omskngo.ru>,
 e-mail: info@omskngo.ru



Благодарим

За содействие в реализации проекта «Студенты PR – новый ресурс для третьего сектора» омские ВУЗы: ОмГТУ, ОмГПУ, ОмГУПС, ОмГАУ, ОмГУ.

За реальную конкретную помощь в организации и проведении мероприятий проекта: Доля В., Машкарина М.И., Татаринovu Г.Н., Тарасевич Л.Л., Мельникову Н.А., Слaстникову Е.В., Ветрова С.А., Попову А.В., Мутовкина Л.А., Ромашову И., Капустину Т.В.

Выражаем признательность студентам, оказавшим реальную помощь Омским НКО и проявившим свои профессиональные знания в установлении связей с общественностью:

ОмГТУ – Куриченко Владимир, Андреева Светлана, Нозикова Ксения, Постнова Олеся, Шевченко Антонина, Заложная Евгения.

ОмГПУ – Резинкина Евгения, Зюзина Ирина.

ОмГУПС – Томилина Алина, Жук Анастасия, Афанасьев. Роман, Демиденко Ирина, Забавская Варвара, Маслова Лиана

ОмГАУ – Лапочкин Станислав, Тикунова Валерия, Чижова Екатерина, Созыкина Ирина, Вербанова Алиса, Жумабаева Лязат, Решетникова Татьяна, Сантилов Виктор.

Студенты PR – ресурс для третьего сектора.

Омск, 2007. 32 стр.

ОРОО "Центр развития общественных инициатив"

© Редакционная коллегия: З.В.Тикунова, В.Куриченко,
В.А.Русанова.

Дизайн, верстка – Т.В.Тиханова, Т.В.Капустина

Распространяется бесплатно

Тираж 300 экз.

Центр развития общественных инициатив

Адрес: 644099, Омск, 99, ул. Красный путь, 9, к. 434.

Тел./Факс: 232320

Email: info@omskngo.ru