

# СТАНДАРТ УЧРЕЖДЕНИЯ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ

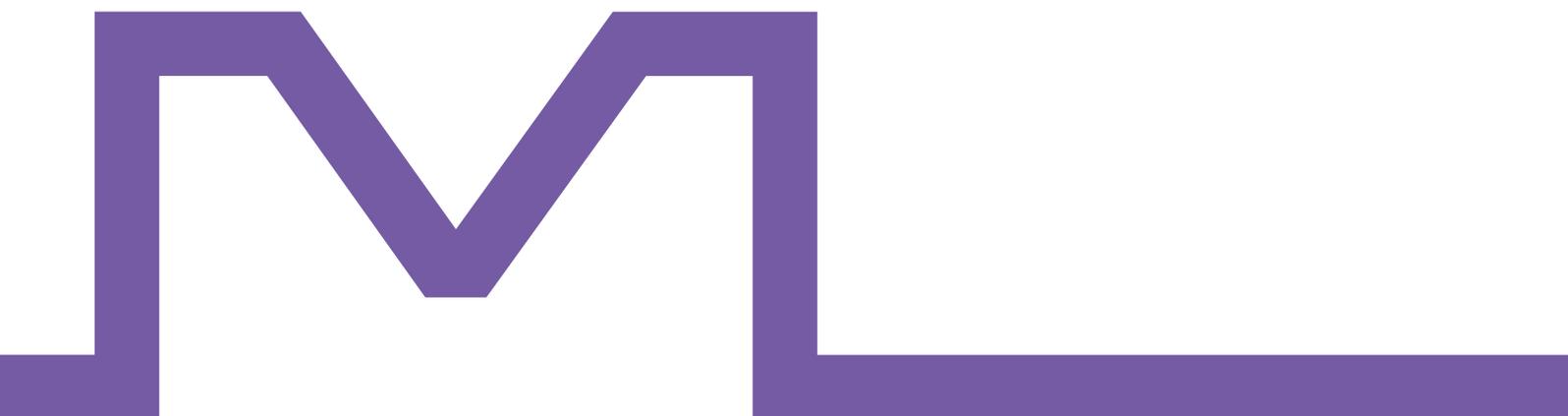




# СТАНДАРТ УЧРЕЖДЕНИЯ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Методическое пособие

для руководителей и специалистов органов и учреждений в сфере молодёжной политики



УДК 32.019.5  
ББК 66.75 (2Рос)  
С76

Пособие подготовлено по заказу  
Федерального агентства по делам молодёжи (Росмолодёжь),  
использованные в оформлении фотографии предоставлены  
Федеральным агентством по делам молодёжи (Росмолодёжь)

Выражаем особую признательность за вклад в создание пособия  
К. Д. Разуваевой, А. П. Метелеву, К. В. Назаренко, С. Н. Ладыженко,  
А. В. Селезневой, С. Ю. Поповой (Смолик), Т. В. Коростелевой, А. С. Мусевич,  
С. В. Тетерскому, М. А. Романовой, И. М. Пелевиной, А. Ф. Давлетшину,  
А. Г. Пустовалову, А. В. Серикову, Е. В. Егошиной, Ю. Ф. Баландиной,  
Ж. С. Тимошковой, Ю. Ю. Лескину, В. В. Чунихиной, А. А. Кротову,  
М. А. Ганову, Г. А. Барминову, А. В. Чилибанову, М. П. Захаренко,  
С. Г. Калимуллиной, И. В. Карачеву, О. А. Ендоуровой, Н. В. Ермаковой,  
Д. А. Еремину, А. С. Горбасенко, И. Ю. Титову, Е. В. Чураковой, М. А. Зайцевой,  
А. Ю. Савченко, И. С. Рыбиной, О. В. Афониной, Д. А. Сахно, А. А. Рыгиной,  
А. Я. Васенковой, И. А. Кубряковой, А. А. Флусовой, Е. С. Деминой,  
А. А. Захматовой, А. Е. Маклюк, К. Н. Зиминой, М. Л. Михайлову, А. И. Медюх.

Авторы: М. С. Аверков, Н. В. Бажитов, Е. Е. Богомаз, Е. А. Вишневская,  
Д. А. Каткова, Д. И. Фаттахов.

Под общей редакцией Н. В. Бажитова.

Стандарт учреждения молодёжной политики: методическое пособие для  
руководителей и учреждений в сфере молодёжной политики / М.С. Аверков,  
Н.В. Бажитов, Е.Е. Богомаз, Е.А. Вишневская и др.; Федеральное агентство по  
делам молодёжи (Росмолодёжь); под общей редакцией Н.В. Бажитова. — М.:  
Институт молодёжной политики — Институт молодёжи, 2022. — 168 с.

Методическое пособие посвящено анализу и обобщению опыта работы  
учреждений молодёжной политики, которые работают на региональном  
и муниципальном уровнях в Российской Федерации. Оно предназначено,  
в первую очередь, для руководителей органов власти всех уровней,  
курирующих деятельность подведомственных учреждений молодёжной  
политики, а также для директоров и специалистов учреждений молодёжной  
политики. Методическое пособие будет полезно и всем тем, кто интересуется  
молодёжной проблематикой.

ISBN 978-5-907691-00-1

© Авторы, 2022

## Оглавление

- Стр.6** Базовые принципы, миссия и задачи учреждения  
молодёжной политики
- Стр.6** Для чего мы работаем?  
Ценности и миссия молодёжной политики
- Стр.8** Учреждение молодёжной политики как место для молодёжи
- Стр.13** Учреждение молодёжной политики как «драйвер»  
территории и «третье место»
- Стр.17** Функции учреждения молодёжной политики
- Стр.17** Функциональная модель: базовые функции  
муниципального и регионального учреждений
- Стр.21** Возможные организационно-правовые формы и базовая  
финансовая модель
- Стр.22** График работы
- Стр.23** Базовые типы учреждений  
Стр.23 многофункциональный молодёжный центр  
Стр.50 молодёжный центр / подростковый досуговый центр /  
молодёжное пространство  
Стр.71 арт-резиденция / креативное пространство  
Стр.93 центр психологической поддержки  
Стр.109 центр патриотического воспитания  
Стр.128 ресурсный центр добровольчества  
Стр.144 стационарный лагерь
- Стр.154** Другие возможные типы молодёжных центров
- Стр.155** Как взаимодействуют учреждения молодёжной политики и  
Российское движение детей и молодёжи?
- Стр.157** Что делать, если на территории нет ни одного учреждения  
молодёжной политики?  
Стр.158 базовые шаги для открытия учреждения молодёжной политики
- Стр.162** Как повысить эффективность учреждения? Чек-лист  
для самодиагностики и выделения точек роста

# 1. Базовые принципы, миссия и задачи учреждения молодёжной политики

## ДЛЯ ЧЕГО МЫ РАБОТАЕМ? ЦЕННОСТИ И МИССИЯ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Главная миссия молодёжной политики в современной России — **создать среду, в которой каждый молодой человек в нашей стране сможет самореализоваться, достичь своей цели и воплотить в жизнь свою мечту.** Ведущей ценностью является то, что сам молодой человек становится равноправным субъектом и соавтором молодёжной политики. Для выполнения

этой миссии и воплощения такой ценности молодёжной политике недостаточно быть просто одним из ведомств, молодёжная политика должна стать экосистемой.

Экосистема молодёжной политики — это среда, которая обеспечивает все необходимые условия для построения и реализации любых позитивных траекторий развития молодого человека, причём эта среда максимально открытая и гибкая. **И базовым элементом этой экосистемы, его ключевой инфраструктурной и функциональной единицей являются учреждения молодёжной политики.**



Учреждение молодёжной политики — это концентрированное «пространство жизни» на территории, в котором появляются сильные и перспективные кадры, новые идеи и модели их реализации, нормы и ценности, которые транслируются в среде молодёжи, локальные резиденты, молодёжные движения и организации как «источники социального драйва и готовности к прорывным прямым действиям».

Разработать единый стандарт, который подойдёт для любого учреждения молодёжной политики, проблематично ввиду специфики и особенностей регионов. Поэтому выделено **7 основных типов учреждений:** многофункциональный молодёжный центр, молодёжный центр / молодёжное пространство; арт-резиденция / креативное пространство; центр психологической поддержки; центр патриотического воспитания; центр добровольчества и стационарный лагерь.

При подготовке стандарта была проведена серьёзная исследовательская работа: проводились экспертные фокус-группы, осуществлён сбор информации от специалистов, изучены и проанализированы нормативные и методические материалы. Всё это сделано для того, чтобы получившиеся модели учреждений максимально отвечали требованиям существующей реальности и соответствовали специфике существования нынешних учреждений молодёжной политики.

**Стандарт нацелен не на жёсткую регламентацию форматов, структур и процессов всех учреждений под единый образец.**

Задача — отразить базовые функциональные модели основных типов «молодёжных» учреждений для того, чтобы:

- был ориентир в развитии учреждения;
- систематизировать нынешнее разнообразие существующих учреждений;
- адаптировать базовые модели учреждений под региональную и местную специфику.



## УЧРЕЖДЕНИЕ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ КАК МЕСТО ДЛЯ МОЛОДЁЖИ

Учреждения молодёжной политики должны стать точкой притяжения молодёжи на территории, восприниматься молодыми людьми как «своё пространство», в котором они могут найти поддержку и ресурсы для своего развития.

**При этом нужно учитывать, что мест, где молодой человек может провести своё свободное время, очень много.**

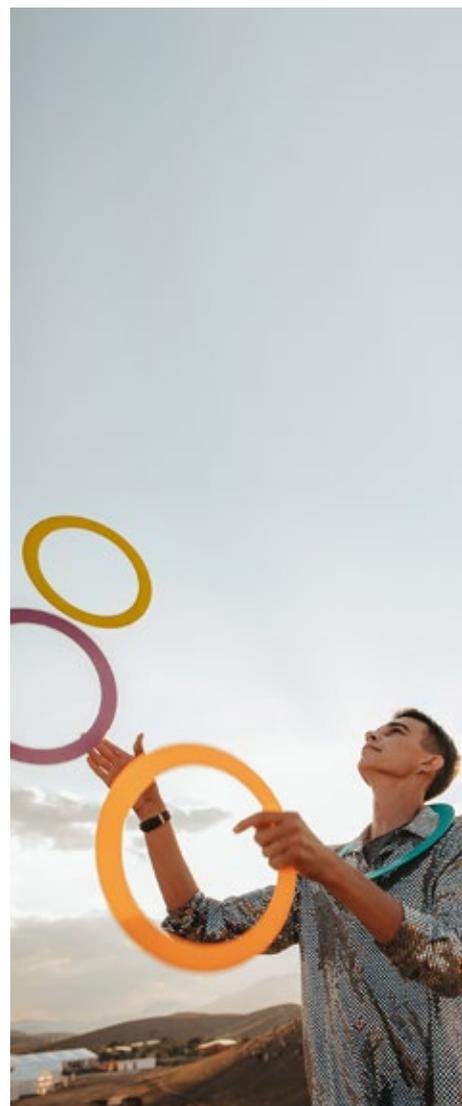
Поэтому важно понимать, чем учреждения молодёжной политики будут выгодно отличаться, что сможет сделать их конкурентоспособными, каким потребностям и интересам молодёжи они должны отвечать, чтобы быть привлекательными.

## 1 ПОПАДАНИЕ В ТРЕНДЫ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Молодые люди очень чувствительны к новому и имеют высокую планку качества. Поэтому все проводимые в учреждениях молодёжной политики **мероприятия должны быть современными.**

Если мы говорим о досуге, то он должен быть качественным и ярким, имеющим «вау-эффект», если об образовательных форматах — то информация должна быть актуальной, а получаемые знания, навыки и компетенции — востребованными.

Если мы говорим о самом пространстве, то оно должно быть визуально привлекательным, стильным и фотогеничным.



# 2

## СЕРВИС И КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ

Молодые люди привыкли к хорошему уровню сервиса, и если учреждение молодёжной политики хочет стать точкой притяжения молодёжи, то оно должно соответствовать этим требованиям: начиная от привлекательного и современного вида самого учреждения и его пространств, закачивая наполнением и атмосферой.

Поэтому, например, так важны зоны ресепшена в учреждениях молодёжной политики. **От встречи молодого человека зависит то, захочет ли он вообще продолжать взаимодействовать с учреждением.** Отношение к молодому человеку как к клиенту, о котором заботятся и которому рады, должно присутствовать везде и на всех стадиях взаимодействия.

Еще одной важной характеристикой клиентоцентричности является то, что работа должна строиться именно от запроса молодого человека, его проблем, потребностей и интересов, то есть преимущественно «снизу вверх».

**И это ключевой момент клиентского подхода: решения должны быть подобраны и предложены под реальный запрос молодого человека.**



## ТУСОВКА, ОБЩЕНИЕ, НЕТВОРКИНГ

# 3

Несмотря на развитие самых разных форм онлайн-взаимодействия, молодым людям важно иметь возможность общаться вживую, **иметь «своё» место для тусовки со «своими»**, а также иметь возможность познакомиться с новыми интересными людьми. Также становится актуальным расширение сети полезных контактов.

Поэтому в учреждении обязательно должны быть как места для свободного общения и досуга, так и форматы знакомства.

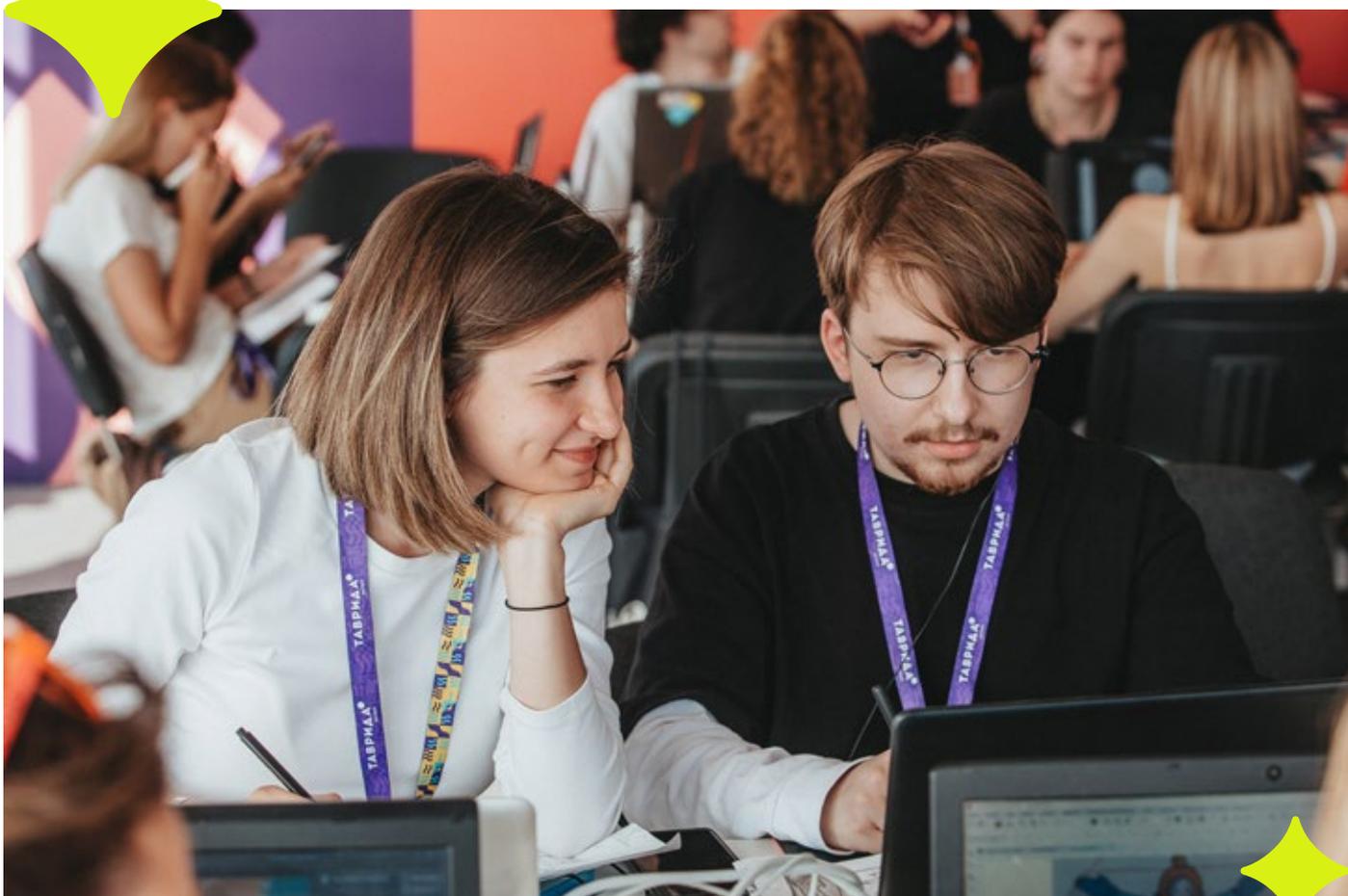
## 4

## ОТКРЫТОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ И УВАЖЕНИЕ

У молодых людей есть запрос на открытую, честную и уважительную коммуникацию. И учреждение молодёжной политики должно быть местом именно такой коммуникации.

**Молодого человека должны воспринимать на равных, быть готовым открыто и честно отвечать на вопросы молодёжи, обсуждать идеи и инициативы с позиции уважения и готовности к диалогу.**

Молодые люди должны стать ключевыми **партнёрами** учреждений, акторами и субъектами, имеющими возможность задавать векторы развития молодёжной политики.



# 5 МЕСТО «БЕЗОПАСНОЙ ПРОБЫ»

Особенность **молодого возраста** в том, что в это время человеку **критически важно получить многообразный опыт** — и личный, и социальный, и профессиональный. Получение такого опыта возможно только посредством проб и ошибок.

Учреждения молодёжной политики должны выступать местом, которое позволяет совершать эти пробы безопасно — с подстраховкой со стороны специалистов, с наставническим сопровождением и с рефлексией полученных результатов, как позитивных, так и негативных.

# 6 РАЗНООБРАЗИЕ И ИЗБЫТОЧНОСТЬ

Молодёжь — это аудитория с различными интересами, целями и стремлениями. При этом молодые люди привыкли к максимально широкому выбору.

Чтобы учреждение молодёжной политики было привлекательным и конкурентоспособным пространством, оно должно **предлагать разные варианты возможностей молодым людям на любом отрезке их жизненного пути и в любой ситуации.**

## УЧРЕЖДЕНИЕ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ КАК «ДРАЙВЕР» ТЕРРИТОРИИ И «ТРЕТЬЕ МЕСТО»

Учреждение молодёжной политики — это не только место для молодёжи, но и важный ресурс **развития социокультурных практик территории**, поддержки, развития сообществ, локальная точка формирования экосистемы молодёжной и социокультурной политики.

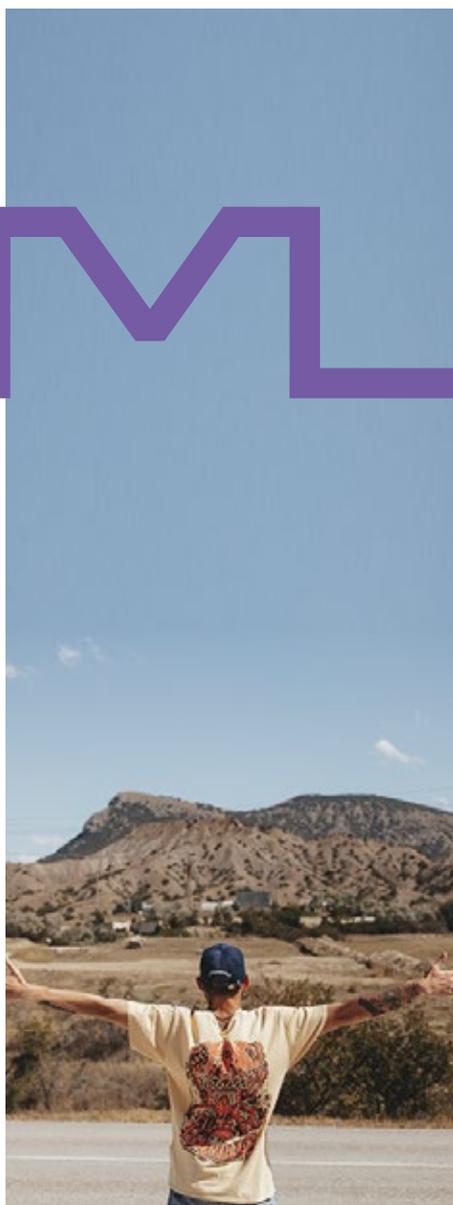
С этой точки зрения функция учреждения молодёжной политики состоит в создании **концентрированного «пространства жизни» на территории**.

В таком пространстве могут появляться сильные и перспективные кадры, новые идеи и модели их реализации, нормы и ценности, которые будут транслироваться в общество через молодых людей, молодёжные сообщества и движения как «драйверы» социального развития.

Важно, чтобы учреждение молодёжной политики формировало и развивало партнёрскую модель реализации программ и проектов, активно вело взаимодействие с «внешними заказчиками» и выстраивало партнёрские связи.

Исследования показывают, что для разных аудиторий важны разные функции:

- для органов власти учреждения молодёжной политики — это часто ресурс волонтёрского движения и источник позитивной социальной повестки;
- для бизнеса — источник кадров, событийный партнёр и ресурс для работы с собственным имиджем и узнаваемостью;
- для местного сообщества — источник событийности, интересной жизни и досуга для их детей, социального позитива, новых идей и образов.



С точки зрения комплексных интересов развития территорий, **учреждение молодёжной политики — это точка концентрации наиболее пассионарных сил, которые, взаимодействуя между собой, придумывая и реализуя свои проекты, окажутся способны запустить действия, открывающие для территории новые возможности позиционирования, новые социальные, культурные и профессиональные практики.**

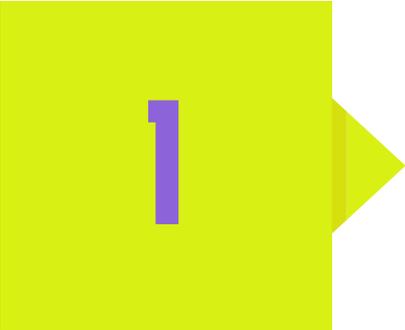
Чтобы учреждение молодёжной политики могло выполнять такие социальные функции, ему нужно стать полноценным «третьим местом» и для молодёжи, и для местных сообществ.

**«Третье место» — это место, где человек может вдохновляться новыми идеями, делиться своими, хорошо проводить время и строить новые отношения, становиться частью сообщества.**

Для многих «третьими местами» являются виртуальные пространства: группы в социальных сетях и чаты в мессенджерах. Однако наиболее эффективными для построения сообщества становятся физические места, где люди могут легко взаимодействовать друг с другом вживую.



## Функции и характеристики «третьего места»:



1

### Понятность и доступность места

местоположение, понятная навигация, качественный дизайн среды и понятное зонирование пространства.

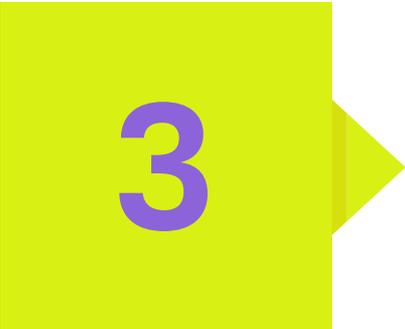


2

### «Живое» пространство

«Третье место» должно быть живым, а значит — гибким, адаптивным. В нём должно быть пространство для изменений, появления новых функций, проведения экспериментов, встреч сообществ.

Важно предусмотреть возможность изменения назначения помещений, их трансформации.



3

### Интерфейс

Как взаимодействовать с «третьим местом», как найти своё сообщество, как зарезервировать площадку для дебатов, как получить поддержку и т. д. — ответы на эти и другие вопросы проектируются заранее.

Важен дизайн и интерфейс сайта, групп в социальных сетях, наличие других удобных сервисов, информационная открытость и т.п.

# 4

## Ритмичность

«Третье место» само создаёт сообщества, становится домом для сообществ. А для каждого сообщества важно поддерживать ритм совместных действий.

Ритм поддерживает вовлечённость участников, фиксирует результаты, создаёт точки контакта с новыми участниками. Поэтому важны регулярные общие мероприятия, открытый календарь, традиции и ритуалы.

# 5

## Кейсы и обучение

Важно обеспечить формирование новых компетенций и знаний в соответствии с потребностями молодёжи посредством проведения семинаров, обучающих, интеллектуально-развлекательных мероприятий на интересующие темы и волнующие вопросы.

# 6

## Достижение целей

«Третье место» — это инструмент, помогающий молодым людям и сообществам достигать своих целей, создавать устойчивые бизнесы, реализовывать социальные инициативы, раскрывать творческий потенциал.

В учреждении молодёжной политики должны быть конкурсы проектов и грантов, сотрудничество с институтами развития (фонды, университеты, нацпроекты), командный коучинг и наставничество.

## 2. Функции учреждения молодёжной политики

### ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ: БАЗОВЫЕ ФУНКЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЙ

Для любого учреждения молодёжной политики можно выделить 3 ключевые роли:

# 1

### Учреждение молодёжной политики как инструмент реализации государственной политики



#### Ключевая задача:

реализация федеральных и региональных приоритетов молодёжной политики на конкретной территории.



#### Основные направления работы:

- продвижение среди молодёжи необходимых ценностей и установок ответственного поведения;
- обеспечение работы федеральных и региональных проектов на территории;
- информирование и привлечение молодёжи к участию в федеральных и региональных мероприятиях, сопровождение активной молодёжи;
- реализация молодёжных мероприятий, интересных молодёжной аудитории и задающих необходимый с точки зрения государства и общества «стиль» молодёжной жизни и активности.

# 2

## Учреждение как главный социальный сервис для молодёжи



### Ключевая задача:

выявление и удовлетворение потребностей молодёжи и местного сообщества



### Основные направления работы:

- главное общественное место ключевых образовательных, просветительских, культурных мероприятий для молодёжи;
- главный ресурсный центр для инициатив молодёжи;
- информационный и диспетчерский центр для локальных молодёжных сообществ;
- консультационный центр молодых людей по индивидуальным стратегиям развития.



## 3

## Учреждение как инструмент развития территории благодаря энергии молодёжи

**Ключевая задача:**

«инкубатор» проектов и программ развития территорий категории CHANGE («Изменения») и DISRUPT («Прорыв»)

**Основные направления работы:**

- «точка сбора» и «центр притяжения» для молодёжных групп и сообществ, реализующих инновационную деятельность или прямо позиционирующихся как субъекты местного развития;
- площадка внедрения инновационных практик, предлагаемых молодёжью, в повседневную жизнь городских и местных сообществ.

При этом важно помнить, что учреждения молодёжной политики существуют как на региональном, так и на муниципальном уровне.

В зависимости от этого фокус и акцент деятельности учреждений будет различаться.



## Муниципальные учреждения

Массовая точка входа для широкой молодёжной аудитории в пространство возможностей молодёжной политики

Создание местной точки притяжения и площадки для консолидации местного населения

Выстраивание партнёрских отношений с местными объединениями, движениями, НКО, бизнесами и учреждениями

Непосредственная работа с местной аудиторией — работа с имеющимся активом, его обучение и развитие; проведение муниципальных мероприятий для привлечения нового актива; проведение мероприятий для широкой аудитории и т. п.

Организация и проведение мероприятий и акций на местном уровне, реализация проектов местного значения

Реальное расширение возможностей молодёжи на местном уровне, в том числе помощь в реализации молодёжных инициатив

Разворачивание деятельности первичного отделения Российского движения детей и молодёжи

## Региональные учреждения

Координация и методическо-консультационное сопровождение деятельности муниципальных учреждений, в т. ч. предоставление методических и сценарных материалов, консультаций и др.

Организация обучения специалистов разных категорий

Проведение исследований и мониторингов

Сбор, анализ, апробация и распространение лучших практик

Взаимодействие с государственными организациями федерального и регионального уровней для реализации комплексных проектов, программ и мероприятий

Ведение регионального реестра НКО, партнёров и прочих источников ресурсов для выстраивания партнёрского взаимодействия

Работа с региональными представительствами общероссийских общественных объединений, движений, фондов, НКО, в том числе статус резидентов для представительств таких федеральных проектов как «Большая перемена», «Твой ход», «Больше, чем путешествие», Российского общества «Знание», Тавриды, клубов Форумов Росмолодёжи, клубов Росмолодёжь.Бизнес и других

Проведение ключевых региональных событий, синхронизированных с федеральным календарём событий

Ресурсное обеспечение крупных региональных проектов

## ВОЗМОЖНЫЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ И БАЗОВАЯ ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ

Рекомендуемые организационно-правовые формы учреждений молодёжной политики:

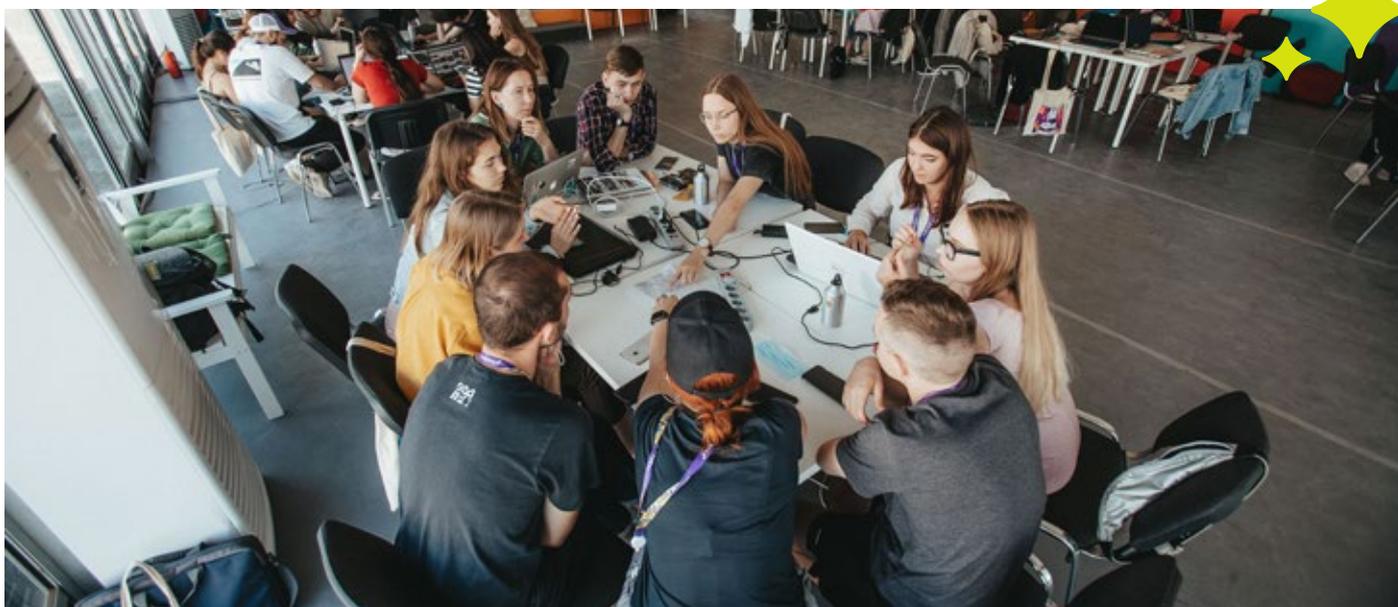
- государственное бюджетное или автономное учреждение;
- структурное подразделение государственного бюджетного или автономного учреждения;
- некоммерческая организация с государственным или муниципальным учредителем.

ФОРМА КАЗЁННОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ НАИМЕЕ ПОДХОДЯЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМОЙ И НАСТОЯТЕЛЬНО НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ

# ФИНА НСИР ОВАН ИЕ

Базовая модель финансирования учреждений молодёжной политики

- **Основной источник финансирования:**
  - субсидии на выполнение государственного задания
  - целевая субсидия на осуществление деятельности
- **Дополнительные источники финансирования:**
  - целевые средства, выделяемые на конкретные мероприятия и программы
  - грантовые средства
  - доход от коммерческой деятельности
  - дары и пожертвования юридических и физических лиц



ГР

Учреждение молодёжной политики должно быть доступно для молодёжи.

АФ

Основные форматы, продукты и услуги молодёжного учреждения должны быть доступны для целевых аудиторий и в рабочие, и в выходные дни.

ИК

В связи с этим график работы специалистов по работе с молодёжью должен быть ненормированным.

РА

БО

В нерабочее время возможно нахождение в учреждении дежурного специалиста на случай экстренного обращения молодого человека.

ТЫ

Работа административного персонала учреждения может ограничиваться стандартным рабочим графиком (понедельник — пятница).



### 3. Базовые типы учреждений



## МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ МОЛОДЁЖНЫЙ ЦЕНТР

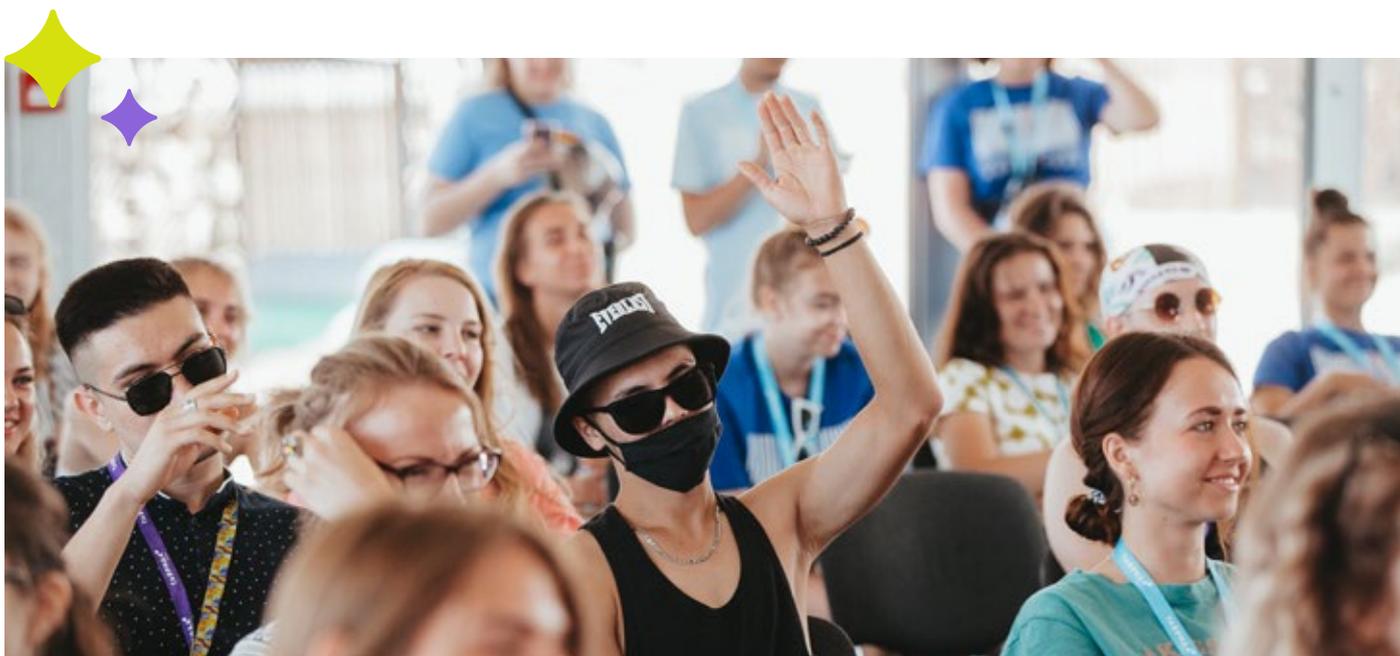


### КЛЮЧЕВАЯ ФУНКЦИЯ

Многофункциональный молодёжный центр является универсальным молодёжным центром, на инфраструктуре которого могут быть реализованы проекты и мероприятия всех направлений молодёжной политики.

Многофункциональный молодёжный центр (ММЦ) — это место, которое привлекательно для различных категорий молодёжи и различных направлений, которыми они занимаются, где создаются коллаборации и рождаются новые проекты.

ММЦ — это «точка притяжения» и ресурсная база для молодёжи, молодёжных и общественных объединений, команд и проектных групп.



## На каком уровне и в каких форматах могут существовать такие центры?

Наиболее важным уровнем и формой для существования ММЦ являются муниципалитеты, где есть дефицит «специализированных» учреждений молодёжной политики.

ММЦ — это инфраструктурная площадка для ведения необходимых направлений работы (патриотическое воспитание, добровольчество, творчество, проектный офис и т. д).

ММЦ — место притяжения, развития и самореализации молодёжных команд и «универсальный оператор» молодёжных мероприятий и проектов.



Региональный ММЦ — координатор деятельности молодёжной политики на территории, а также координатор деятельности других учреждений молодёжной политики. ММЦ ведёт сбор информации, проводит аналитику всех процессов и проектов на территории региона, аккумулирует и тиражирует практики, готовит отчётность, нормативные документы, проводит аттестацию сотрудников и т. д. ММЦ оказывает помощь по названным вопросам региональному органу исполнительной власти в сфере молодёжной политики.

### Региональный уровень

Отдельное здание с хорошей инфраструктурой и укомплектованностью материально-технической базы для реализации направлений молодёжной политики, находящееся в региональном центре, и набор мобильного оборудования и материально-технической базы для проведения мероприятий

### Муниципальный уровень

Отдельное здание с хорошей инфраструктурой и укомплектованностью материально-технической базы для реализации направлений молодёжной политики, находящееся в районном центре, и набор мобильного оборудования и материально-технической базы для проведения мероприятий в сельской местности



## ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

1. Создание условий для эффективной реализации всех направлений молодёжной политики
2. Создание условий для социализации, саморазвития и самореализации и молодых людей в возрасте от 14 до 35 лет
3. Создание условий для реализации социально значимых молодёжных инициатив
4. Формирование устойчивой гражданско-нравственной позиции молодёжи, привлечение молодёжи к участию в общественно-политической, экономической жизни



## КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ:

- информирование молодёжи о возможностях для саморазвития и самореализации на муниципальном, региональном и федеральном уровнях
- вовлечение молодёжи в социальные практики, проекты и мероприятия
- формирование позитивного и привлекательного имиджа молодёжной политики
- вовлечение в деятельность и установление партнёрских отношений с существующими на территории молодёжными сообществами, командами и объединениями
- формирование новых молодёжных сообществ, команд и объединений, их поддержка и развитие
- экспертная, методическая, кадровая, материально-техническая, инфраструктурная и административная поддержка молодёжных инициатив и проектов

- обеспечение поддержки научной, творческой и предпринимательской активности молодёжи
- формирование целостной системы поддержки молодёжных лидеров и молодёжи с лидерскими качествами
- продюсирование и продвижение талантливых молодых людей, команд и молодёжных проектов с высоким потенциалом
- социализация молодёжи, находящейся в трудной жизненной ситуации
- гражданское образование и воспитание молодёжи, формирование правовых, культурных и нравственных ценностей
- помощь и создание условий для самоопределения молодых людей в соответствии с их интересами и имеющимися возможностями
- сбор, изучение, анализ, апробация и распространение лучших практик по работе с молодёжью
- организация коммуникации, взаимодействия, обмена опытом и диалога между различными молодёжными и детскими общественными объединениями, сообществами, командами и НКО
- взаимодействие с государственными и негосударственными организациями муниципального и регионального уровней для реализации комплексных проектов, программ и мероприятий по молодёжной политике





## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ:

Приведенные ниже показатели являются примерными и должны быть адаптированы под конкретную ситуацию, в которой учреждение осуществляет свою деятельность.

Результат	Возможные показатели
Увеличение охвата молодёжи деятельностью ММЦ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество участников мероприятий</li> <li>- Количество участников клубов, секций, объединений</li> </ul>
Увеличение числа регулярного актива молодёжи	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество молодых людей, посещающих учреждение / участвующих в мероприятиях регулярно (не реже 1 раза в месяц)</li> </ul>
Увеличение степени позитивной социальной активности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Увеличение числа заявок на участие в мероприятиях от муниципального до международного уровня</li> <li>- Увеличение числа заявок на грантовые конкурсы</li> <li>- Увеличение числа социальных проектов, акций и прочих молодёжных инициатив, реализующихся на территории</li> <li>- Увеличение количества благополучателей от реализованных молодёжных проектов</li> <li>- Увеличение числа лидеров общественного мнения из числа молодёжи</li> <li>- Увеличение числа устойчивых молодёжных объединений, команд, некоммерческих организаций и т. д.</li> <li>- Увеличение числа мероприятий и проектов, реализация которых частично или полностью передана молодёжным объединениям и организациям</li> </ul>
Расширение вовлеченной целевой аудитории и выход на «труднодоступные» категории молодёжи: «взрослая» молодёжь, «массовая» молодёжь, работающая молодёжь, молодые семьи и пр.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Рост числа молодых людей данной категории среди участников мероприятий, проектов, клубов, секций, объединений.</li> </ul>
Расширение вовлечённой целевой аудитории и выход на «труднодоступные» категории молодёжи: «взрослая» молодёжь, «массовая» молодёжь, работающая молодёжь, молодые семьи и пр.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Рост числа молодых людей данной категории среди участников мероприятий, проектов, клубов, секций, объединений</li> </ul>

## стандарт

Реальное расширение спектра возможностей молодых людей на территории	<ul style="list-style-type: none"><li>- Количество поддержанных инициатив молодёжи</li><li>- Количество человек, которые непосредственно реализуют свои инициативы с помощью ММЦ</li><li>- Количество привлечённых грантовых и партнёрских средств, использованных для реализации молодёжных инициатив, поддержки молодёжных объединений, клубов и т. д.</li><li>- Обновление и расширение материально-технической базы учреждения, непосредственно использующейся молодыми людьми</li></ul>
Увеличение количества пользователей молодёжных информационных систем и интернет-ресурсов (АИС «Молодёжь России», ЕИС Dobro.ru и др.)	Количественные данные из информационных систем
Увеличение уровня информированности молодых людей о деятельности учреждения, проектах и мероприятиях молодёжной политики и проводимой работе	<ul style="list-style-type: none"><li>- Количество просмотров публикаций</li><li>- Количество активных и вовлечённых подписчиков в информационных группах и пабликах учреждения</li><li>- Результаты срезов и опросов на уровень осведомленности</li></ul>
Рост удовлетворенности молодёжи услугами и продуктами учреждения	Результаты срезов и опросов на уровень удовлетворенности
Рост доверия и позитивного отношения к молодёжной политике на территории	<ul style="list-style-type: none"><li>- Результаты срезов и опросов</li><li>- Анализ публикаций в социальных сетях</li></ul>
Развитие партнёрской модели реализации молодёжной политики, увеличение системности работы с молодыми людьми на территории	Увеличение количества партнёров из числа органов власти, органов местного самоуправления, общественных объединений, органов молодёжного самоуправления, бизнеса, иных учреждений, СМИ, НКО
Развитие партнерской модели реализации молодёжной политики, увеличение системности работы с молодыми людьми на территории	Увеличение количества партнеров в реализации МП из числа органов власти, органов местного самоуправления, общественных объединений, органов молодёжного самоуправления, бизнеса, государственных и муниципальных учреждений, образовательных организаций, СМИ
Развитие научно-методической базы по работе с молодёжью	<ul style="list-style-type: none"><li>- Количество публикаций с описанием практик по работе с молодёжью (научных и методических)</li><li>- Количество специалистов, принявших участие в образовательных семинарах, методических семинарах, форматах обмена опытом и т. д.</li></ul>

# ТИПЫ АУДИТОРИЙ



## ОСНОВНАЯ АУДИТОРИЯ

Школьники 14-18 лет

### Основные потребности:

- содержательный досуг
- самореализация
- возможность проявить себя и почувствовать себя успешным
- развитие собственных навыков и компетенций
- профориентация
- поиск друзей и возможность стать частью сообщества
- поддержка своих идей
- возможность попасть на интересные и значимые мероприятия

Студенты образовательных организаций среднего профессионального и высшего образования, 16-20 лет (1-2 курсы)

### Основные потребности:

- интересный и содержательный досуг
- возможность проявить себя и почувствовать себя успешным
- развитие собственных навыков и компетенций, возможность попасть на мероприятия и молодёжные форумы
- создание и (или) присоединение к сообществу для решения волнующих проблем
- получение грантового финансирования на реализацию собственного проекта
- получение поощрения в своей образовательной организации за участие в проектах

## Студенты 3—5 курсов (20-23 лет)

### Основные потребности:

- самореализация
- развитие собственных навыков и компетенций
- возможность попасть на мероприятия и молодёжные форумы
- создание и (или) присоединение к сообществу для решения волнующих проблем
- получение грантового финансирования на реализацию собственного проекта
- возможности для карьерного развития, наработка «портфолио» для своей профессии

## Студент психолого-педагогического, социологического, юридического направления или организации работы с молодёжью

### Основные потребности:

- практика или стажировка в молодёжном центре
- наработка портфолио для будущего трудоустройства
- применение знаний, навыков и идей на практике

## Молодёжь творческих профессий и студенты творческих направлений (16-25 лет)

### Основные потребности:

- ресурсная поддержка творческих инициатив
- проекты для творческой самореализации
- площадки для развития творческих навыков и компетенций, возможности улучшать своё мастерство
- площадки для демонстрации своих творческих продуктов, выставок, концертов
- помещения для создания творческих проектов (художественные и театральные мастерские, репетиционные точки, фото- и видеостудии и т.д.)

## Молодёжь 20-35 лет, создающая собственный творческий продукт на регулярной основе

### Основные потребности:

- помещения для создания творческих проектов и статус резидента (художественные мастерские; творческие и «рабочие» коворкинги)
- информационная поддержка и продвижение продуктов
- точки выхода на потребителей (маркеты, фестивали, выставки, площадки для продажи)
- помощь в выходе на крупных заказчиков (контакты с партнёрами и государственными учреждениями)
- менторская и наставническая поддержка
- контакты с единомышленниками.

## Работающая молодёжь со своим проектом, 18-35 лет

### Основные потребности:

- самореализация за пределами основной работы
- желание транслировать собственный опыт, стать наставником, повысить свой социальный статус
- возможность попасть на мероприятия и молодёжные форумы
- получение грантового финансирования на реализацию собственного проекта, консультационная поддержка по оформлению грантовых заявок и по открытию или партнёрству с НКО и сдаче отчётов
- выходы на потребителей и благополучателей проекта
- менторы и наставники для развития и масштабирования проекта, контакты с партнёрами и государственными учреждениями
- выходы на единомышленников и помощь в поиске и расширении команды



## Фрилансеры или специалисты, работающие удалённо, 20-35 лет

### Основные потребности:

- площадка для работы с сопутствующими услугами (интернет, стол, розетки, кофейня, принтер, сканер и пр.)
- посещение культурно-образовательных событий для саморазвития
- открытое пространство для свободного общения с единомышленниками

## «Широкая» аудитория любого возраста

### Основные потребности:

- потребность в проведении досуга по месту жительства (культурно-досуговые и спортивные мероприятия, облагораживание территории)
- потребность в интересных местах для проведения свободного времени (открытые пространства с кофейней и библиотекой, выставки, галереи и пр.)

## Молодые семьи

### Основные потребности:

- семейный досуг
- поиск единомышленников и семейные клубы
- прикладные мастер-классы, кружки, мастерские (и для детей, и для родителей, и для совместного времяпрепровождения)
- досуговые локации для всей семьи
- семейные досуговые мероприятия, фестивали, маркеты
- форматы обмена вещами, книгами и т. п. (буккроссинг, своп и пр.)
- консультации по вопросам помощи молодым семьям

## Родители детей и молодёжи от 14 лет

### Основные потребности:

- полезный досуг ребенка
- консультации по поводу участия в работе трудовых отрядов, вариантов заработка для несовершеннолетних
- консультации о возможностях летнего отдыха и участия в мероприятиях, в клубах и мастерских по интересам
- консультации по вопросам самоопределения и профориентации ребенка
- консультации специалиста по вопросам воспитания и работы с «трудными» подростками, вопросам развития и возрастных особенностей детей, детско-родительских отношений
- консультации по поддержке в трудной жизненной ситуации

## Молодой человек в трудной жизненной ситуации

### Основные потребности:

- поддержка по вопросам получения социальных услуг и социальной помощи, в том числе по вопросам получения пособий, жилья и т. д.
- получение бесплатных юридических консультаций
- получение бесплатной психологической помощи

## Неформальные молодёжные объединения

### Основные потребности:

- место, где можно собираться друг с другом
- площадки для проведения мероприятий и их материально-техническое сопровождение
- информационная поддержка и продвижение своей деятельности и её результатов
- менторы/наставники и эксперты для развития своей деятельности



## Руководитель / член общественного объединения, 18-35 лет

### Основные потребности:

- пространства и техническое оснащение для проведения мероприятий
- получение грантов для развития своего объединения и реализации проектов
- привлечение новых участников в объединение
- получение поддержки, консультации по вопросам масштабирования своей деятельности (в том числе менторство, выход на новых партнёров, открытие штабов и пр.)
- информационная поддержка и продвижение деятельности объединения
- консультационная помощь по юридическим и экономическим вопросам





## ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ













## ВОЗМОЖНЫЕ ТИПЫ ПАРТНЁРОВ И ПРОДУКТЫ ДЛЯ ЭКОСИСТЕМЫ

### Бизнес, коммерческие партнёры

#### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

- реклама партнёров на мероприятиях, информационное сотрудничество;
- проведение совместных мероприятий на инфраструктуре партнёра для привлечения новых потенциальных клиентов;
- получение грантового финансирования для проведения совместных мероприятий;
- развитие корпоративной молодёжной политики на крупных предприятиях;
- решение производственных задач с использованием молодёжного потенциала;
- поиск подрядчиков среди молодых людей, молодёжных сообществ и НКО;
- сотрудничество по продвижению бренда работодателя среди молодых людей, ищущих работу.



### Польза от партнёрства:

- дополнительная целевая аудитория;
- подарки для детей и молодёжи;
- льготные условия приобретения продукции и услуг;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- софинансирование молодёжных проектов и инициатив, проектов учреждения;
- привлечение специалистов из бизнеса на образовательные мероприятия, встречи с молодёжью в качестве менторов и т. д.;
- совместное проведение обоюдовыгодных мероприятий для привлечения молодых кадров и поиска возможностей для трудоустройства молодыми людьми;
- коммерческие заказы на услуги и продукты молодёжных объединений



### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- помощь и поддержка проектов, направленных на грантовые конкурсы, в том числе помощь в подготовке заявок;
- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных крупных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах партнёров, привлечение новой аудитории для партнёров;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки;
- организация коммуникации и обмена опытом.

### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- расширение экспертности по узконаправленным вопросам;
- привлечение профессионалов из некоммерческого сектора для реализации проектов;
- привлечение профессионалов из некоммерческого сектора в качестве наставников, менторов и консультантов для молодёжных проектов, команд и объединений;
- освоение новых практик работы;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- появление подрядчиков для проведения мероприятий и проектов.

### 3 Молодёжные и общественные движения и объединения

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- организация обучения членов молодёжных движений и объединений;
- статус резидента;
- помощь и поддержка проектов, участвующих в грантовых конкурсах, в том числе помощь в подготовке заявок;
- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах, привлечение аудитории;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки;
- организация коммуникации и обмена опытом.



### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- проведение совместных мероприятий;
- интеграция молодёжи в деятельность движений и объединений;
- делегирование проведения мероприятий молодёжным объединениям и движениям;
- привлечение членов объединений и движений в качестве менторов, наставников, консультантов для молодёжных проектов, команд, сообществ, «трудных» подростков и т. п.

## 4

**Органы власти, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные учреждения, образовательные организации**

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- инфраструктурная и организационно-техническая база для проведения мероприятий на бесплатной основе, обмен материально-техническими средствами и совместное их использование;
- информационная поддержка и продвижение мероприятий, проектов, деятельности;
- целевое привлечение молодёжи к участию в мероприятиях;
- совместное проведение мероприятий.



## 5 Учреждения СПО и ВО с направлениями подготовки по «гуманитарному» профилю (ОРМ, педагогика, психология, юриспруденция, социология и т.п.)

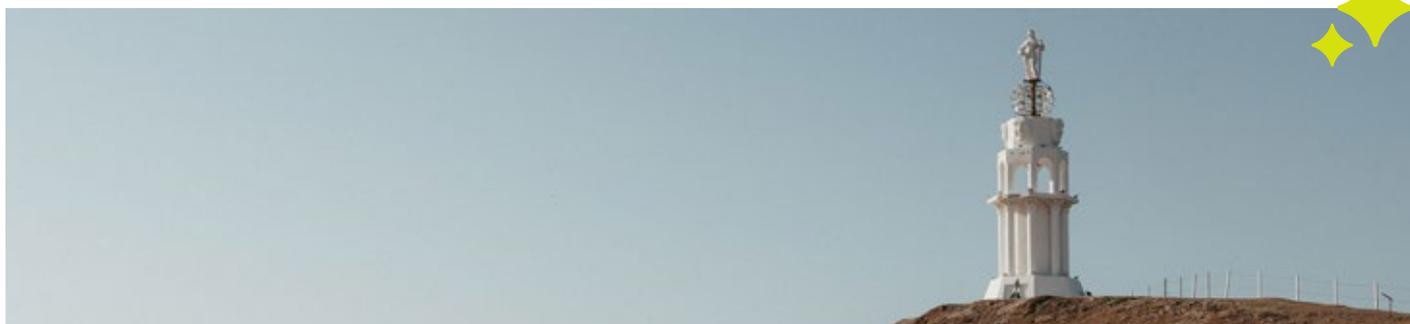
### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- площадка стажировки для студентов;
- возможности для неформального образования студентов;
- помощь в проведении исследований среди молодёжи;
- проведение совместных образовательных мероприятий, методических семинаров, форматов обмена опытом и практиками по вопросам работы с молодёжью.

## 6 ОИВ в сфере образования, труда и занятости, экономики, предпринимательства и других отраслях

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- совместное проведение образовательных и просветительских мероприятий, мероприятий для молодых сотрудников;
- совместные проекты по развитию и поддержке молодёжного предпринимательства, программы акселераторов, проведение мероприятий по финансовой грамотности;
- совместная организация и проведение профессиональных конкурсов, профессиональных проб для молодёжи, стажировок.





## БАЗОВОЕ ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ММЦ должен быть оснащённой инфраструктурной площадкой для реализации всех направлений молодёжной политики.

### Перечень рекомендуемых пространств и оборудования ММЦ:

- ▶▶ **Зона ресепшн:** приёмная зона со стойкой администратора / дежурного специалиста, информационными табличками/ объявлениями о режиме работы, проводимых мероприятиях и т. д.; зоной ожидания, гардеробом
- ▶▶ **Зона для приема пищи:** кофейня / фудкорт / мини-кухня с холодильником, микроволновкой, чайником и посудой
- ▶▶ **Бэк-офис сотрудников**
- ▶▶ **Досуговая зона:** кресла-мешки/кресла/стулья, мобильные столы / столы-трансформеры, wi-fi, экран, колонки, ноутбук, игры (настольные, игровая приставка), буккроссинг, вендинговые автоматы
- ▶▶ **Многофункциональное трансформируемое пространство** для работы молодых людей и команд (в том числе для тихой работы), проведения массовых мероприятий (лекции, мастер-классы, тренинги, выступления, встречи), проведения онлайн-трансляций и гибридных форматов: столы-трансформеры, стулья, проектор, экран, кликер, ноутбуки, высокоскоростное интернет-соединение, микрофоны, камера (вебкамера), 2–3 флипчарта, канцелярские принадлежности, кулер
- ▶▶ **Учебные аудитории** для небольших групп (10–15 человек) для проведения встреч актива, мастерских, клубных занятий и т.п.: столы, стулья, флипчарт, ноутбук, проектор, wi-fi
- ▶▶ **Помещения для мастерских/ творческих студий/ коворкингов:** хорошее освещение, рабочие столы и возможность проведения «грязных» типов работ, связанных с покраской, сборкой конструкций и т. п.

- ▶▶ **Актовый зал** для проведения концертов, выступлений и репетиций творческих коллективов: сцена, проектор для кинопоказов, большой экран, звуковое и световое оборудование
  
- ▶▶ **Студия звуко- и видеозаписи, фотостудия:** : звукоизолированное помещение, стол, стулья/кресла, микрофоны-петлички, микрофоны настольные, наушники мониторные, плазменный телевизор, ноутбук, два штатива, две фото- и видеокамеры, студийный и импульсный свет, вспышки, светоулавливатели, фоны
  
- ▶▶ **Складское помещение** для хранения инвентаря и расходников, а также **инвентарь** и оборудование для проведения массовых мероприятий на открытом воздухе или площадях других учреждений





## БАЗОВОЕ КАДРОВОЕ (ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ) ОБЕСПЕЧЕНИЕ

рекомендуется не менее 7 групп ставок



Хозяйственные, технические специалисты и работники, а также юрист, бухгалтер, IT-специалист, специалист по закупкам могут быть вынесены на аутсорсинг или находиться в штате головной (базовой) организации



## ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- коммерческая аренда оборудования и помещений, организация и проведение мероприятий на инфраструктуре центра;
- производство фото- и видеоконтента под коммерческий заказ;
- организация коммерческих мероприятий с платным входом (концерты, спектакли, тренинги);
- получение прибыли от размещения вендинговых аппаратов, фудкорта, кофейни;
- платные консультационные услуги специалистов (психологическое консультирование и пр.)



# МОЛОДЁЖНЫЙ ЦЕНТР/ ПОДРОСТКОВЫЙ ДОСУГОВЫЙ ЦЕНТР/ МОЛОДЁЖНОЕ ПРОСТРАНСТВО



## КЛЮЧЕВАЯ ФУНКЦИЯ

Основной формат учреждения — молодёжное пространство по месту жительства.

Главная задача молодёжного центра — привлечь молодёжь и познакомить её с молодёжной политикой как пространством ресурсов и возможностей.

## На каком уровне и в каких форматах могут существовать такие центры?

**Муниципальный уровень в крупных городах**

Центры в районах города со своими зданиями и/или отдельными помещениями с отдельным входом. Молодёжные пространства — на базе библиотек, домов культуры, центров дополнительного образования и т. д.

**Муниципальный уровень в средних и малых городах, в сельской местности**

Может быть как в форме отдельного учреждения, имеющего свои отдельные здания и/или помещения, так и быть «поглощено» многофункциональным молодёжным центром. Также может размещаться на базе библиотеки, дома культуры, центра дополнительного образования и т.д.



## ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

1. Молодёжное «третье место»
2. Создание условий для знакомства молодёжи с молодёжной политикой, своими возможностями в ней и включение молодёжи в проекты и программы молодёжной политики
3. Создание условий для самореализации молодёжи и реализации молодёжных инициатив
4. Создание условий для регулярной продуктивной занятости и досуга молодых людей рядом с местом их проживания



## КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ:

- вовлечение молодёжи в социальные практики, проекты и мероприятия;
- формирование позитивного и привлекательного имиджа молодёжной политики на территории;
- вовлечение в деятельность и установление партнёрских отношений с существующими на территории молодёжными сообществами, командами и объединениями;
- формирование новых молодёжных сообществ, команд и объединений и их поддержка и развитие;
- экспертная, методическая, кадровая, материально-техническая, инфраструктурная и административная поддержка молодёжных инициатив и проектов;
- выявление новых лидеров в молодёжной среде, подготовка кадрового резерва;
- развитие социальной активности молодёжи, в том числе всех видов добровольчества;
- неформальное образование и просвещение молодёжи, создание условий для самообразования молодёжи;
- функционирование в качестве единой точки входа для ответа на разные запросы в рамках реализации направлений государственной молодёжной политики



## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ:

Приведённые ниже показатели являются примерными и должны быть адаптированы под конкретную ситуацию

Результат	Возможные показатели
Увеличение охвата молодёжи проектами и мероприятиями молодёжной политики	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество участников мероприятий</li> <li>- Количество внутреннего актива учреждения</li> </ul>
Увеличение степени позитивной социальной активности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Увеличение числа заявок на участие в мероприятиях от муниципального до международного уровня</li> <li>- Увеличение числа заявок на грантовые конкурсы</li> <li>- Увеличение числа социальных проектов, акций и прочих молодёжных инициатив, реализующихся на территории</li> <li>- Увеличение количества благополучателей от реализованных молодёжных проектов</li> <li>- Увеличение числа лидеров общественного мнения из числа молодёжи</li> <li>- Увеличение числа устойчивых молодёжных объединений, команд, некоммерческих организаций и т. д.</li> <li>- Увеличение числа мероприятий и проектов, реализация которых частично или полностью передана молодёжным объединениям и организациям</li> </ul>
Расширение вовлечённой целевой аудитории и выход на «труднодоступные» категории молодёжи: «взрослая» молодёжь, «массовая» молодёжь, работающая молодёжь, молодые семьи и пр.	Рост числа молодых людей данной категории среди участников мероприятий, проектов, клубов, секций, объединений
Реальное расширение спектра возможностей молодых людей на территории	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество поддержанных инициатив молодёжи</li> <li>- Количество человек, которые непосредственно реализуют свои инициативы с помощью учреждения</li> <li>- Количество привлечённых грантовых и партнёрских средств, использованных для реализации молодёжных инициатив, поддержки молодёжных объединений, клубов</li> </ul>
Увеличение количества пользователей молодёжных информационных систем и интернет-ресурсов (АИС «Молодёжь России», ЕИС Dobro.ru и др.)	Количественные данные из информационных систем

Увеличение уровня информированности молодых людей о деятельности учреждения, проектах и мероприятиях молодёжной политики и проводимой работе	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество просмотров публикаций</li> <li>- Количество активных и вовлечённых подписчиков в информационных группах и пабликах учреждения</li> <li>- Результаты срезов и опросов на уровень осведомлённости</li> </ul>
Рост удовлетворённости молодёжи услугами и продуктами учреждения	Результаты срезов и опросов на уровень удовлетворённости
Рост доверия и позитивного отношения к молодёжной политике на территории	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Результаты срезов и опросов</li> <li>- Анализ публикаций в социальных сетях</li> </ul>
Развитие партнёрской модели реализации молодёжной политики, увеличение системности работы с молодыми людьми на территории	Увеличение количества партнёров в реализации МП из числа органов власти, органов местного самоуправления, общественных объединений, органов молодёжного самоуправления, бизнеса, государственных и муниципальных учреждений, образовательных организаций, СМИ, НКО



# ТИПЫ АУДИТОРИЙ

## Школьники 14-18 лет

### Основные потребности:

- содержательный досуг
- самореализация
- возможность проявить себя и почувствовать себя успешным
- развитие собственных навыков и компетенций
- профориентация
- поиск друзей и возможность стать частью сообщества
- поддержка своих идей
- возможность попасть на интересные и значимые мероприятия



## Студенты образовательных организаций среднего профессионального и высшего образования, 16-20 лет (1-2 курсы в вузах)

### Основные потребности:

- интересный и содержательный досуг
- возможность проявить себя и почувствовать себя успешным
- развитие собственных навыков и компетенций
- возможность попасть на мероприятия и молодёжные форумы
- создание и (или) присоединение к сообществу для решения волнующих проблем
- получение грантового финансирования на реализацию собственного проекта
- получение поощрения в своей образовательной организации за участие в проектах

## Студенты 3-5 курсов, 20-23 лет

### Основные потребности:

- самореализация
- развитие собственных навыков и компетенций
- возможность попасть на мероприятия и молодёжные форумы
- создание и (или) присоединение к сообществу для решения волнующих проблем
- получение грантового финансирования на реализацию собственного проекта
- возможности для карьерного развития, наработка «портфолио» для своей профессии

## Творческая молодёжь

### Основные потребности:

- ресурсная поддержка творческих инициатив
- проекты для творческой самореализации
- площадки для развития творческих навыков и компетенций, возможности улучшать своё мастерство
- площадки для демонстрации своих творческих продуктов, выставок, концертов
- менторская и наставническая поддержка
- контакты с единомышленниками

## Работающая молодёжь со своим проектом, 18-35 лет

### Основные потребности:

- самореализация за пределами основной работы, желание транслировать собственный опыт, стать наставником, повысить свой социальный статус
- возможность попасть на мероприятия и молодёжные форумы
- получение грантового финансирования на реализацию собственного проекта, консультационная поддержка по оформлению грантовых заявок и по открытию или партнёрству с НКО и сдаче отчётности
- контакты с партнёрами и государственными учреждениями, выходы на потребителей и благополучателей проекта
- менторы и наставники для развития и масштабирования проекта
- выходы на единомышленников и помощь в поиске и расширении команды

## Фрилансеры или специалисты, работающие удалённо, 18-35 лет

### Основные потребности:

- площадка для работы с сопутствующими услугами (интернет, стол, розетки, кофейня, принтер, сканер и пр.)
- посещение культурно-образовательных событий для саморазвития
- открытое пространство для свободного общения и коммуникации с единомышленниками

## Молодые семьи

### Основные потребности:

- семейный досуг и семейные клубы, мастер-классы, кружки, мастерские (и для детей, и для родителей, и для совместного времяпрепровождения)
- досуговые локации для всей семьи, фестивали, маркеты, форматы обмена вещами, книгами и т.п.
- получение консультации по вопросам помощи молодым семьям

## «Широкая» аудитория любого возраста

### Основные потребности:

- потребность в проведении досуга по месту жительства (культурно-досуговые и спортивные мероприятия, облагораживание территории)
- потребность в интересных местах для проведения свободного времени (открытые пространства с кофейней и библиотекой, выставки, галереи и пр.)

## Родители детей и молодёжи от 14 лет

### Основные потребности:

- полезный досуг ребенка
- консультации по поводу участия в работе трудовых отрядов, вариантов заработка для несовершеннолетних
- консультации о возможностях летнего отдыха и участия в мероприятиях, в клубах и мастерских по интересам
- консультации по вопросам самоопределения и профориентации ребёнка
- консультации специалиста по вопросам воспитания и работы с «трудными» подростками, вопросам развития и возрастных особенностей детей, детско-родительских отношений
- консультации по поддержке в трудной жизненной ситуации



## Молодой человек, находящийся в трудной жизненной ситуации

### Основные потребности:

- поддержка по вопросам получения социальных услуг и социальной помощи, в том числе по вопросам получения пособий, жилья и т.д.
- получение бесплатных юридических консультаций
- получение бесплатной психологической помощи

## Руководитель или член общественного объединения, 18-35 лет

### Основные потребности:

- пространства и техническое оснащение для проведения мероприятий
- получение грантов для развития своего объединения и реализации проектов
- привлечение новых участников в объединение
- консультации по вопросам масштабирования своей деятельности (в том числе менторство, выход на новых партнёров, открытие штабов и пр.)
- информационная поддержка и продвижение деятельности объединения
- консультационная помощь по юридическим и экономическим вопросам

## Неформальные молодёжные объединения

### Основные потребности:

- место, где можно собираться друг с другом, площадки для проведения мероприятий и их материально-техническое сопровождение
- информационная поддержка и продвижение своей деятельности и её результатов
- менторы/наставники и эксперты для развития своей деятельности



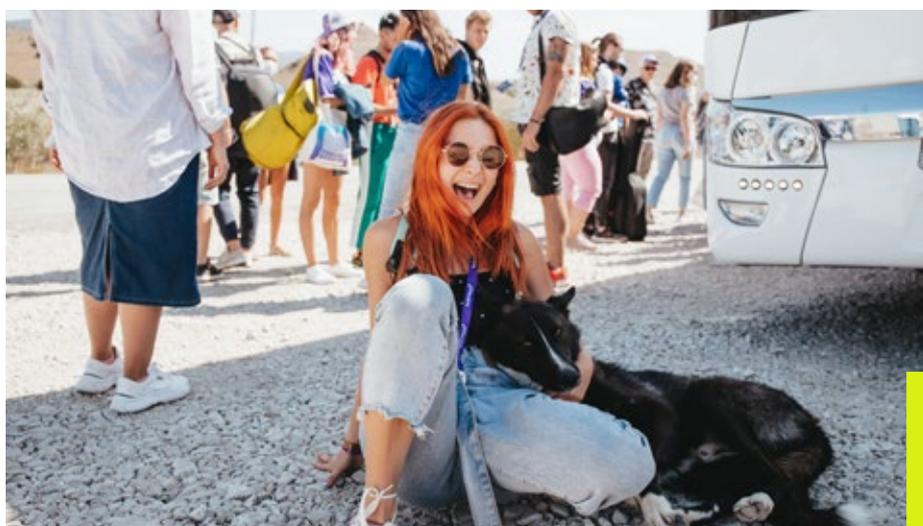
## ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ













## ВОЗМОЖНЫЕ ТИПЫ ПАРТНЁРОВ И ПРОДУКТЫ ДЛЯ ЭКОСИСТЕМЫ

### Бизнес, коммерческие партнёры

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- реклама партнёров на мероприятиях, информационное сотрудничество;
- проведение совместных мероприятий на инфраструктуре партнёра для привлечения новых потенциальных клиентов;
- получение грантового финансирования для проведения совместных мероприятий;
- развитие корпоративной молодёжной политики на крупных предприятиях;
- решение производственных задач с использованием молодёжного потенциала;
- поиск подрядчиков среди молодых людей, молодёжных сообществ и НКО;
- сотрудничество по продвижению бренда работодателя среди молодых людей, ищущих работу

#### Польза от партнёрства:

- дополнительная целевая аудитория;
- подарки для детей и молодёжи;
- льготные условия приобретения продукции и услуг;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- софинансирование молодёжных проектов и инициатив, проектов учреждения;
- привлечение специалистов из бизнеса на образовательные мероприятия, встречи с молодёжью в качестве менторов и т. д.;
- совместное проведение обоюдовыгодных мероприятий для привлечения молодых кадров и поиска возможностей для трудоустройства молодыми людьми;
- коммерческие заказы на услуги и продукты молодёжных объединений

## 2 Некоммерческий сектор

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- помощь и поддержка проектов, направленных на грантовые конкурсы, в том числе помощь в подготовке заявок;
- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных крупных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах партнёров, привлечение новой аудитории для партнёров;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки;
- организация коммуникации и обмена опытом

### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- расширение экспертизы по узконаправленным вопросам;
- привлечение профессионалов из некоммерческого сектора для реализации проектов;
- привлечение профессионалов из некоммерческого сектора в качестве наставников, менторов и консультантов для молодёжных проектов, команд и объединений;
- освоение новых практик работы;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- появление подрядчиков для проведения мероприятий и проектов

## 3 Молодёжные и общественные движения и объединения

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- организация обучения членов молодёжных движений и объединений;
- статус резидента;
- помощь и поддержка проектов, участвующих в грантовых конкурсах, в том числе помощь в подготовке заявок;
- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах, привлечение аудитории;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки;
- организация коммуникации и обмена опытом.

### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- проведение совместных мероприятий;
- интеграция молодёжи в деятельность движений и объединений;
- делегирование проведения мероприятий молодёжным объединениям и движениям;
- привлечение членов объединений и движений в качестве менторов, наставников, консультантов для молодёжных проектов, команд, сообществ, «трудных» подростков и т.п.

## 4 Органы власти, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные учреждения, образовательные организации

### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

- инфраструктурная и организационно-техническая база для проведения мероприятий на бесплатной основе, обмен материально-техническими средствами и совместное их использование;
- информационная поддержка и продвижение мероприятий, проектов, деятельности;
- целевое привлечение молодёжи к участию в мероприятиях;
- совместное проведение мероприятий

## 5 Учреждения СПО и ВО с направлениями подготовки по «гуманитарному» профилю (ОРМ, педагогика, психология, юриспруденция, социология и т.п.)

### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

- площадка стажировки для студентов;
- возможности для неформального образования студентов;
- помощь в проведении исследований среди молодёжи;
- проведение совместных образовательных мероприятий, методических семинаров, форматов обмена опытом и практиками по вопросам работы с молодёжью

## 6 ОИВ в сфере образования, труда и занятости, экономики, предпринимательства и других отраслях

### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

- совместное проведение образовательных и просветительских мероприятий (в том числе направленных на профессиональное самоопределение и поиск работы молодёжью);
- совместные проекты по развитию и поддержке молодёжного предпринимательства, программы акселераторов и пр., проведение мероприятий по финансовой грамотности.



## БАЗОВОЕ ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### Перечень рекомендуемых пространств и оборудования МЦ:

-  **Зона ресепшн:** приёмная зона со стойкой администратора/дежурного специалиста, информационными табличками / объявлениями о режиме работы, проводимых мероприятиях и т.д. зоной ожидания, гардеробом
  
-  **Зона для приёма пищи:** кофейня / фудкорт / мини-кухня с холодильником, микроволновкой, чайником и посудой
  
-  **Досуговая зона:** кресла-мешки/кресла/стулья, мобильные столы / столы-трансформеры, wi-fi, экран, колонки, ноутбук, игры (настольные, игровая приставка), буккроссинг, вендинговые автоматы
  
-  **Многофункциональное трансформируемое пространство** для работы молодых людей и команд (в том числе для тихой работы), проведения массовых мероприятий (лекции, мастер-классы, тренинги, выступления, встречи), проведения онлайн-трансляций и гибридных форматов, организации фото- и видеосъемки: столы-трансформеры, стулья, проектор, экран, кликер, ноутбуки, высокоскоростное интернет-соединение, микрофоны, фотокамера с функцией видеосъемки, штатив, источник импульсного света, фоны, 2–3 флипчарта, канцелярские принадлежности, кулер
  
-  **Складское помещение** для хранения инвентаря и расходников, а также инвентарь и оборудование для проведения массовых мероприятий на открытом воздухе или площадях других учреждений



## БАЗОВОЕ КАДРОВОЕ (ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ) ОБЕСПЕЧЕНИЕ

рекомендуется не менее 3 групп ставок



Хозяйственные, технические специалисты и работники, а также юрист, бухгалтер, IT-специалист, специалист по закупкам могут быть вынесены на аутсорсинг или находиться в штате головной (базовой) организации.



## ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- коммерческая аренда оборудования и помещений, организация и проведение мероприятий на инфраструктуре центра
- организация коммерческих мероприятий с платным входом (концерты, спектакли, тренинги)
- получение прибыли от размещения вендинговых аппаратов, фудкорта, кофейни
- платные консультационные услуги специалистов (психологическое консультирование и пр.)



# АРТ-РЕЗИДЕНЦИЯ/ КРЕАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО



## КЛЮЧЕВАЯ ФУНКЦИЯ

Арт-резиденция — это пространство для развития творческой молодёжи.

Акцент в деятельности пространства делается на создании возможностей для роста профессионального художественного мастерства и развития творческих профессиональных сообществ.

Задача креативного пространства — конвертировать творчество в работающие бизнесы и прибыль.

Творческие учреждения молодёжной политики — креативные пространства с социальной функцией.



## Отличия следующие:

1

Вход в такие пространства должен быть открытым для всех (резиденты, творческая молодёжь, зрители). При этом статус резидента должен предоставляться на конкурсной основе.

2

Основная функция пространства — создание возможностей свободного самовыражения, творческой деятельности и взаимодействия людей, а также рост профессионального мастерства, то есть выполнение функции «третьего места».

3

Широкий доступ к профессиональным лифтам. Креативные пространства молодёжной политики должны обеспечивать свободный и широкий доступ к попаданию молодых талантливых людей в крупные профессиональные сообщества, кластеры и резиденции, выполняя функцию акселерации и лифта.



## Цикл работы креативных пространств:



### 1. ПРИВЛЕЧЕНИЕ

открытые мероприятия, которые заинтересовывают широкую аудиторию молодых людей и показывают им новые формы и практики творческой деятельности и креативной экономики



### 2. ВОВЛЕЧЕНИЕ

форматы, которые предлагают целевой аудитории перейти из позиции «пассивного потребителя» в позицию «творца» и совершить собственную творческую пробу



### 3. РАЗВИТИЕ

форматы, которые помогают молодому человеку совершенствовать свои навыки и своё мастерство, развивать идею своего проекта, переходить от стадии проекта к прототипу и т.п.



### 4. ПОДДЕРЖКА И ПРОДЮСИРОВАНИЕ:

на этой стадии важно, чтобы молодой человек вышел на собственный качественный творческий продукт, получил поддержку для его реализации, получил признание и подтверждение своего успеха хотя бы на локальном уровне, понимал, куда и как он может развиваться дальше



### 5. ИНТЕГРАЦИЯ

в случае, если у молодого человека действительно есть амбиции, с одной стороны, а с другой стороны — необходимые компетенции, портфолио и уровень мастерства, необходимо помочь ему встроиться в поле реально действующих креативных индустрий

## На каком уровне и в каких форматах могут существовать такие центры?

Креативные молодёжные пространства могут существовать как на региональном, так и на муниципальном уровнях.

На региональном уровне такие пространства должны выполнять роль места апробации и распространения лучших практик, а также профессиональной экспертизы. На муниципальном уровне главный фокус должен быть на локальных специфических запросах молодёжной аудитории и среды в целом.

### Региональный уровень

Отдельное здание или помещение с отдельным входом. Может иметь общие площади и общее здание с муниципальным креативным пространством

### Муниципальный уровень в крупных городах

Своё отдельное здание или помещения с отдельным входом

### Муниципальный уровень в средних и малых городах, сельской местности

Может существовать как помещение с отдельным входом, как часть многофункционального молодёжного центра, может размещаться на базе библиотеки, дома культуры, дома творчества и т.п.





## ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

1. Создание условий для творческой самореализации молодёжи
2. Развитие локальной творческой сцены и креативных молодёжных сообществ
3. Создание условий для появления и развития на территории креативных практик и индустрий



## КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ:

- Вовлечение молодёжи в креативные практики, проекты и мероприятия
- Вовлечение в деятельность и установление партнёрских отношений с существующими на территории креативными молодёжными сообществами, командами и объединениями, локальными молодёжными брендами
- Создание условий для формирования новых креативных молодёжных сообществ, команд и коллабораций
- Просвещение широкой публики в области современного искусства, культуры и креативных индустрий
- Экспертная, кадровая, материально-техническая, инфраструктурная и административная поддержка молодёжных творческих проектов и креативных стартапов
- «Подсвечивание» и продвижение местных авторов
- Выявление и продюсирование талантливых молодых людей и креативных команд с высоким потенциалом
- Организация коммуникации, взаимодействия, обмена опытом и диалога между различными творческими и креативными командами, бизнесами, брендами и организациями
- Помощь в поиске партнёров, спонсоров, инвесторов и заказчиков для креативных стартапов и креативных продуктов молодёжи



## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ:

Приведённые ниже показатели являются примерными и должны быть адаптированы под конкретную ситуацию

Результат	Возможные показатели
Увеличение охвата молодёжи деятельностью учреждения	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество участников мероприятий</li> <li>- Количество участников клубов, мастерских, объединений</li> <li>- Увеличение числа заявок на участие в мероприятиях от муниципального до международного уровня</li> </ul>
Развитие креативных молодёжных сообществ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Увеличение числа мероприятий и проектов, частично или полностью реализованных креативными молодёжными сообществами, объединениями, командами и организациями</li> <li>- Увеличение числа устойчивых креативных молодёжных объединений, команд, сообществ, некоммерческих организаций и т. д. и численности их участников</li> <li>- Увеличение числа заявок на грантовые конкурсы в творческом направлении</li> <li>- Увеличение числа творческих проектов и прочих творческих молодёжных инициатив, реализующихся на территории</li> </ul>
Реальное расширение спектра возможностей молодых людей на территории	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество поддержанных инициатив молодёжи</li> <li>- Количество человек, которые непосредственно реализуют свои инициативы с помощью учреждения</li> <li>- Обновление и расширение материально-технической базы учреждения, непосредственно используемой молодыми людьми</li> </ul>
Экономическая эффективность и устойчивость	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество привлечённых грантовых и партнёрских средств, использованных для реализации молодёжных инициатив, поддержки молодёжных объединений, клубов и т. д.</li> <li>- Количество успешных молодёжных креативных стартапов/продуктов/производств, вышедших на самоокупаемость благодаря статусу резидента учреждения</li> <li>- Количество средств, заработанных резидентами учреждения за счёт реализации своих товаров/продуктов/услуг</li> <li>- Количество средств, заработанных учреждением за счёт коммерческой деятельности</li> </ul>
Развитие партнёрского взаимодействия и увеличение системности работы с креативными молодыми людьми на территории	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Увеличение количества партнёров из числа органов власти, органов местного самоуправления, общественных объединений, органов молодёжного самоуправления, бизнеса, государственных и муниципальных учреждений, образовательных организаций, СМИ</li> <li>- Увеличение числа проектов и мероприятий, реализованных за счёт средств и ресурсов партнёров</li> <li>- Увеличение числа партнёров, являющихся регулярными заказчиками на коммерческие продукты/услуги резидентов учреждения</li> </ul>

# ТИПЫ АУДИТОРИЙ

**Молодёжь, интересующаяся творчеством и креативными практиками, 14-35 лет**

**Основные потребности:**

- возможность попробовать себя в творчестве и креативных практиках
- знакомство с людьми со схожими интересами
- неформальное образование в творческой и креативной сфере, занятия творческим хобби с единомышленниками на регулярной основе
- посещение творческих мероприятий и форматов, возможность общения, дискуссий, обсуждений по темам, связанным с творчеством, креативными практиками, искусством

**Молодёжь, самоопределившаяся в творческих и креативных профессиях, студенты творческих направлений, ориентировочно 16-25 лет**

**Основные потребности:**

- ресурсная поддержка творческих инициатив
- проекты для творческой самореализации, площадки для развития своих творческих навыков и компетенций, возможности улучшать своё мастерство
- площадки для демонстрации своих творческих продуктов, выставок, концертов
- помещения для создания творческих проектов (художественные и театральные мастерские, репетиционные точки, фото- и видеостудии и т.д.)

## Молодёжь 20-35 лет, создающая собственный творческий продукт на регулярной основе, команды креативных стартапов

### Основные потребности:

- помещения для создания творческих проектов и статус резидента (художественные мастерские; творческие и «рабочие» коворкинги)
- информационная поддержка и продвижение продуктов
- точки выхода на потребителей (маркеты, фестивали, выставки, площадки для продажи), помощь в выходе на крупных заказчиков (контакты с партнёрами и государственными учреждениями)
- менторская и наставническая поддержка
- контакты с единомышленниками
- акселерация проектов и продуктов; помощь в поиске инвесторов
- помощь в поиске и получении грантов



## Одарённая творческая молодёжь с высоким потенциалом

### Основные потребности:

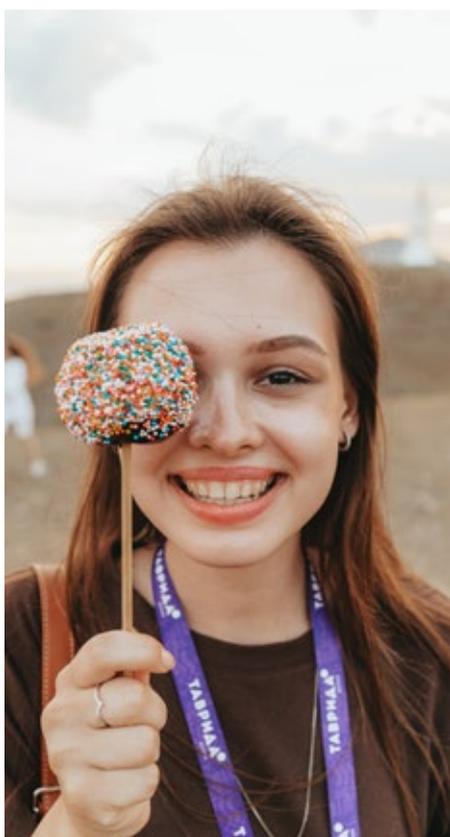
- менторская и наставническая поддержка, продюсирование
- разработка индивидуальных траекторий
- выход на крупные галереи / арт-резиденции / креативные кластеры / выставки / конкурсы
- информационное продвижение деятельности и творческих продуктов
- поиск и получение индивидуальных грантов/ стипендий/стажировок

## Профессиональные творческие сообщества

### Основные потребности:

- помещения для создания творческих проектов и статус резидента (художественные мастерские, творческие и «рабочие» коворкинги)
- площадки для проведения мероприятий и их материально-техническое сопровождение
- информационная поддержка и продвижение деятельности и её результатов
- менторы/наставники и эксперты для развития своей деятельности
- форматы для поиска партнёров и коллабораций, поиска новых идей и форматов
- поиск и получение грантового финансирования на реализацию проектов и развитие деятельности

## «Широкая» аудитория любого возраста



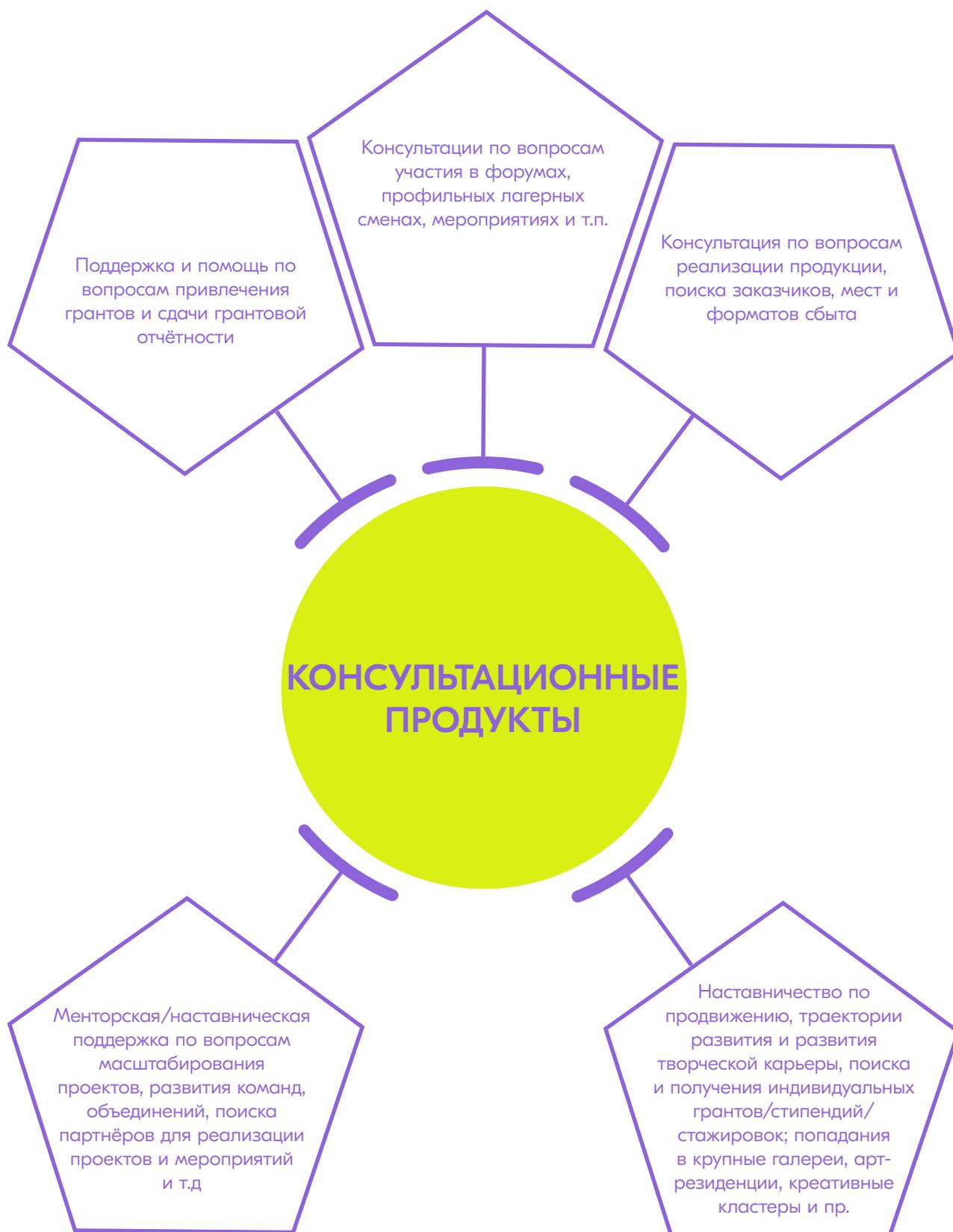
### Основные потребности:

- потребность в интересном досуге по месту жительства, открытые культурно-досуговые мероприятия (лектории, мастер-классы, концерты, фестивали, театр, маркет и пр.)
- потребность в интересных локациях и интересных местах для проведения свободного времени (открытые пространства с кофейней и библиотекой, выставки, галереи, арт-объекты и пр.)



## ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ













## ВОЗМОЖНЫЕ ТИПЫ ПАРТНЁРОВ И ПРОДУКТЫ ДЛЯ ЭКОСИСТЕМЫ

### 1 Бизнес, коммерческие партнёры

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- реклама партнёров на мероприятиях, информационное сотрудничество;
- проведение совместных мероприятий на инфраструктуре партнёра для привлечения новых потенциальных клиентов;
- получение грантового финансирования для проведения совместных мероприятий;
- поиск подрядчиков среди молодых людей, молодёжных сообществ и НКО;
- сотрудничество по продвижению бренда работодателя среди молодых людей, ищущих работу;
- организация культурно-досуговых мероприятий для сотрудников коммерческих предприятий; приглашение сотрудников коммерческих предприятий на закрытые или платные культурно-досуговые мероприятия учреждения (концерты, спектакли и пр.);
- производство сувенирной, брендовой, подарочной и прочей продукции для коммерческих фирм резидентами учреждения;
- разработка креативных продуктов под индивидуальные запросы бизнеса резидентами учреждения.

#### Польза от партнёрства:

- дополнительная целевая аудитория;
- льготные условия приобретения продукции и услуг;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- софинансирование молодёжных проектов и инициатив, проектов учреждения;
- привлечение специалистов из бизнеса на образовательные мероприятия, встречи с молодёжью в качестве менторов и т. д.;
- совместное проведение обоюдовыгодных мероприятий для привлечения молодых кадров и поиска возможностей для трудоустройства молодыми людьми;
- коммерческое использование помещений и оборудования бизнесом, заказы на услуги и продукты молодёжных команд;
- инвестиции в молодёжные креативные стартапы, пожертвования.

## 2 Некоммерческий сектор

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- помощь и поддержка проектов, направленных на грантовые конкурсы, в том числе помощь в подготовке заявок;
- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных крупных мероприятий и акций;
- разработка специальных культурных мероприятий для НКО или их благополучателей;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах партнёров, привлечение новой аудитории для партнёров;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки;
- организация коммуникации и обмена опытом.

### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- расширение экспертности по узконаправленным вопросам;
- привлечение профессионалов из некоммерческого сектора для реализации проектов;
- привлечение профессионалов из некоммерческого сектора в качестве наставников, менторов и консультантов для молодёжных проектов, команд и объединений;
- освоение новых практик работы;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- появление подрядчиков для проведения мероприятий и проектов;
- коммерческие заказы на услуги и продукты молодёжных команд.

### 3 Молодёжные творческие и креативные сообщества

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- организация обучения членов сообщества по творческим направлениям;
- статус резидента;
- помощь и поддержка проектов, участвующих в грантовых конкурсах, в том числе помощь в подготовке заявок;
- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах, привлечение аудитории;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки;
- организация коммуникации и обмена опытом.

#### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- проведение совместных мероприятий;
- интеграция молодёжи в деятельность движений и объединений;
- делегирование проведения мероприятий молодёжным объединениям и движениям;
- привлечение членов объединений и движений в качестве менторов, наставников, консультантов для молодёжных проектов, команд, сообществ и т.п.



## 4 Музеи, выставочные пространства, арт-резиденции

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- совместные художественные, исследовательские, выставочные проекты;
- отбор молодых художников, творческих деятелей для размещения своих работ на базе музеев, выставочных пространств;
- помощь в наборе резидентов в арт-резиденции;
- набор волонтеров для помощи в организации выставок и мероприятий в музеях, галереях, арт-резиденциях и пр.

## 5 Добровольческие центры

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

сотрудничество на основе обмена: волонтеры помогают в подготовке, организации и проведении мероприятий, получая за это возможность получения профильных услуг на безвозмездной основе (образовательные мероприятия для волонтеров, лекции, кинопоказы, использование инфраструктуры для своих мероприятий и пр.)

## 6 Органы власти, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные учреждения, образовательные организации

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- инфраструктурная и организационно-техническая база для проведения мероприятий на бесплатной основе, обмен материально-техническими средствами и совместное их использование;
- информационная поддержка и продвижение мероприятий, проектов, деятельности;
- совместное проведение мероприятий.

## 7 Учреждения СПО и ВО с направлениями подготовки по профилям творческих и креативных профессий

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- площадка стажировки для студентов;
- возможности для неформального образования студентов;
- выставочные пространства и мероприятия для демонстрации творческих продуктов студентов;
- возможности для поиска заказчиков для студентов и преподавателей;
- проведение совместных образовательных мероприятий.

## 8 Управление/ Министерство культуры

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- информационное сотрудничество;
- совместное проведение крупных культурных мероприятий;
- обмен опытом и форматами проведения культурных и творческих мероприятий;
- привлечение творческих молодых людей к участию в мероприятиях.

## 9 Управление/ Министерство экономики

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

совместные проекты по развитию и поддержке молодёжного предпринимательства в сфере креативных индустрий, программы акселераторов и пр.



## БАЗОВОЕ ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- ▶▶ **Зона ресепшн:** приёмная зона со стойкой администратора / дежурного специалиста, информационными табличками / объявлениями о режиме работы, проводимых мероприятиях и т.д.; зоной ожидания, гардеробом
- ▶▶ **Досуговая зона:** кресла-мешки/кресла/стулья, мобильные столы / столы-трансформеры, wi-fi, экран, колонки, ноутбук, буккроссинг, вендинговые автоматы, кофейня
- ▶▶ **Зона для продажи продукции резидентов:** полки/витрины/стеллажи и пр.
- ▶▶ **Многофункциональное открытое пространство** для работы молодых людей и команд, проведения массовых мероприятий (лекции, мастер-классы, тренинги, выступления, встречи): столы-трансформеры, стулья, проектор, экран, кликер, ноутбуки, высокоскоростное интернет-соединение, микрофоны, 2—3 флипчарта, канцелярские принадлежности, кулер
- ▶▶ **Выставочное пространство-лекторий:** большая площадь, подвесная система, подсветка, проектор, удобные мобильные сиденья
- ▶▶ **Помещения для мастерских/ творческих студий/ коворкингов:** хорошее освещение, рабочие столы и возможность проведения «грязных» типов работ, связанных с покраской, сборкой конструкций и т.п.
- ▶▶ **Универсальная концертная площадка** для проведения концертов, выступлений, показов и репетиций творческих коллективов: сцена, проектор для кинопоказов, большой экран, звуковое и световое оборудование
- ▶▶ **Студия звуко- и видеозаписи/фотостудия:** звукоизолированное помещение, стол, стулья/кресла, микрофоны-петлички, микрофоны настольные, наушники мониторные, плазменный телевизор, ноутбук, два штатива, две фото- и видеокамеры, студийный и импульсный свет, вспышки, светоулавливатели, фоны
- ▶▶ **Складское помещение** для хранения инвентаря и расходников, а также **инвентарь и оборудование** для проведения массовых мероприятий на открытом воздухе или площадях других учреждений



## БАЗОВОЕ КАДРОВОЕ (ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ) ОБЕСПЕЧЕНИЕ

рекомендуется не менее 5 групп ставок

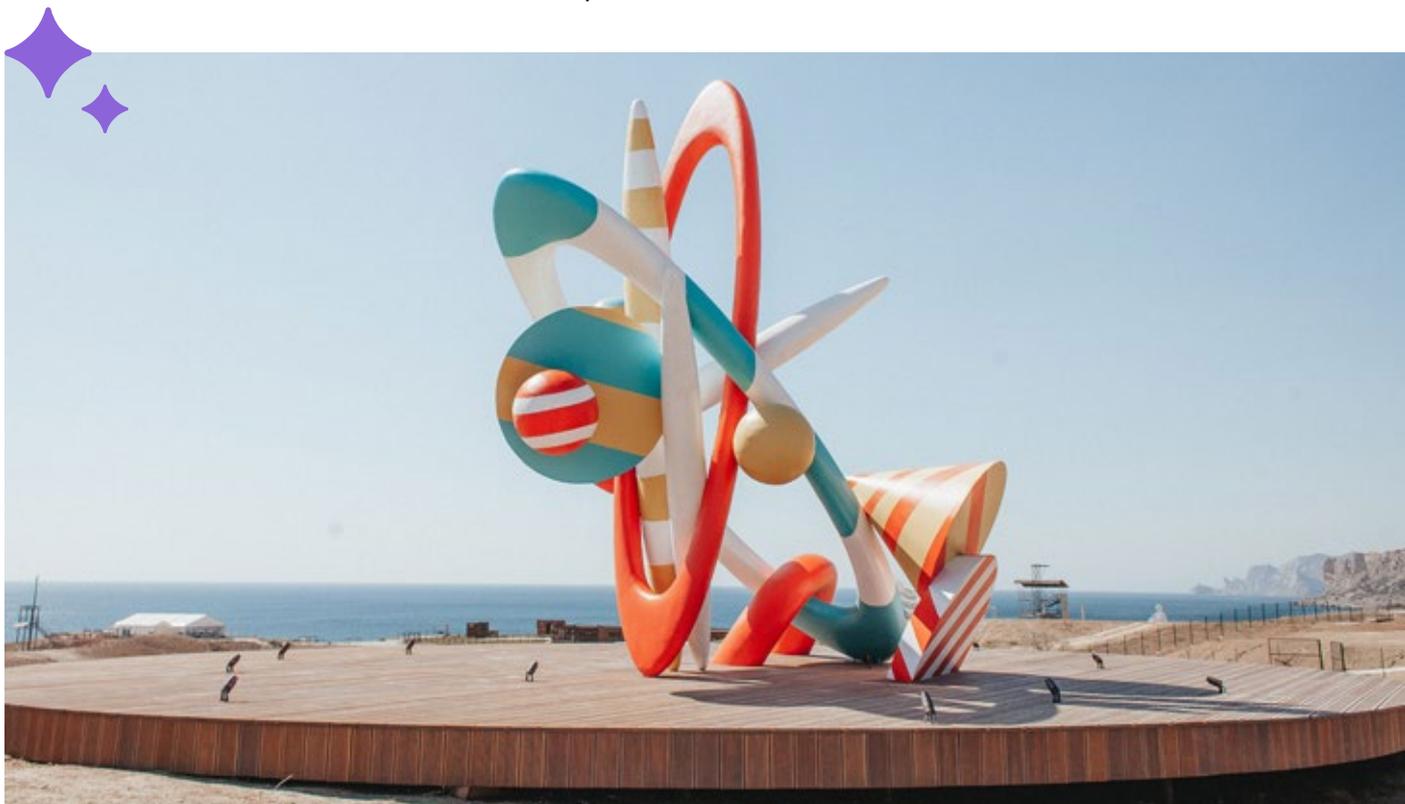


Хозяйственные, технические специалисты и работники, а также юрист, бухгалтер, IT-специалист, специалист по закупкам могут быть вынесены на аутсорсинг или находиться в штате головной (базовой) организации



## ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- коммерческая аренда оборудования и помещений;
- организация и проведение коммерческих мероприятий на инфраструктуре центра;
- производство фото- и видеоконтента под коммерческий заказ;
- процент с продажи резидентами на территории учреждения своей продукции;
- организация коммерческих мероприятий с платным входом (концерты, спектакли, показы, лектории, мастер-классы);
- получение прибыли от размещения вендинговых аппаратов, фудкорта, кофейни;
- платные консультационные услуги специалистов.



# ЦЕНТР ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ



## КЛЮЧЕВАЯ ФУНКЦИЯ

Учреждение существует для работы с подростками и молодыми людьми от 14 до 35 лет, оказавшимися в трудной жизненной ситуации, ситуации выбора жизненной траектории, ситуации возрастного кризиса и в иных жизненных ситуациях, требующих психологического консультирования и поддержки.

### На каком уровне и в каких форматах могут существовать такие центры?

Данный тип учреждения может существовать как на региональном, так и на муниципальном уровне.

<b>Региональный уровень</b>	Своё отдельное здание или свои помещения с отдельным входом; может также выполнять функции муниципального центра
<b>Муниципальный уровень в крупных городах</b>	Своё отдельное здание или свои помещения с отдельным входом. В крупных городах возможны филиалы в районах города, в том числе на базе молодёжных центров другого типа
<b>Муниципальный уровень в средних и малых городах</b>	Своё помещение с отдельным входом или отдел в рамках ММЦ
<b>Сельская местность</b>	Отдел в рамках ММЦ или как минимум наличие специалиста в МЦ, работающего с задачами такого типа и выстраивающего межведомственные взаимодействия со службами социально-психологической помощи других ведомств для оказания квалифицированной помощи клиенту



## ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

1. Оказание комплексной психолого-педагогической, социальной, правовой помощи детям и молодёжи, заявляющим о трудной жизненной ситуации
2. Профилактика безнадзорности и правонарушений среди несовершеннолетних и молодёжи
3. Повышение уровня психологической грамотности населения



## КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ:

- Проведение консультирования подростков, молодёжи, родителей, педагогов по вопросам профилактики девиантного поведения, межличностных отношений, коррекции внутрисемейных отношений
- Оказание информационно-консультативной помощи по психологическим, педагогическим проблемам подросткам и молодёжи по телефону доверия; экстренной психологической помощи подросткам и молодёжи, пережившим психотравму, очно и по телефону
- Организация для различных групп подростков и молодёжи психологических тренингов по развитию навыков общения, самопознания, творческого потенциала личности, преодоления личностных проблем и формирования устойчивой позиции своего существования в мире
- Организация системы работы по профессиональной ориентации учащейся молодёжи; высвобождаемых работников, безработных и ищущих работу граждан, других социальных групп населения — по вопросам профессионального самоопределения и самопознания, выбора профессии
- Организация социально-психологической реабилитации несовершеннолетних и молодёжи, оказавшейся в трудной жизненной ситуации
- Разработка, развитие, осуществление, мероприятий по укреплению института молодой семьи, участие в этих мероприятиях, пропаганда ответственного родительства
- Оказание психолого-педагогической помощи родителям (законным представителям) в воспитании детей, находящихся в трудной жизненной ситуации

- Экспертная, методическая, кадровая, материально-техническая, инфраструктурная и административная поддержка молодёжных инициатив и проектов
- Профилактика жестокого обращения с детьми, просветительская работа с родителями (законными представителями) по повышению их родительской компетенции
- Оказание помощи образовательным учреждениям для разрешения конфликтов между участниками образовательного процесса
- Развитие связей с органами опеки и попечительства, социальной защиты населения, здравоохранения и внутренних дел для координации совместных действий по защите прав детей
- Проведение профилактически-досуговых мероприятий с целью формирования у подростков сферы интересов и гражданской активности и ценностей
- Проведение мероприятий, направленных на повышение уровня психологической грамотности населения и развития навыков, в том числе коммуникации, эмоционального интеллекта, умения разрешать конфликты и т.п.





## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ:

Приведённые ниже показатели являются примерными и должны быть адаптированы под конкретную ситуацию

Результат	Возможные показатели
Снижение девиантных проявлений в молодёжной среде	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Снижение количества правонарушений среди молодёжи</li> <li>- Снижение количества проявлений асоциального поведения молодёжи</li> <li>- Снижение количества несовершеннолетних, стоящих на учёте</li> </ul>
Расширение вовлечённой целевой аудитории и выход на «труднодоступные» категории молодёжи: «взрослая» молодёжь, «массовая» молодёжь, работающая молодёжь, молодые семьи и пр.	Рост числа молодых людей данной категории среди участников мероприятий, проектов, клубов, среди обращающихся за консультационными услугами, в том числе за счёт проведения онлайн-консультаций, консультирования в чатах, социальных сетях и т.п.
Повышение уровня информированности молодых людей о деятельности учреждения	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Осуществление информирования в соцсетях, на информационных порталах и других СМИ о возможности получения психологических услуг</li> <li>- Количество просмотров публикаций</li> <li>- Количество активных и вовлечённых подписчиков в информационных группах и пабликах учреждения</li> <li>- Рост количества каналов привлечения молодёжи</li> <li>- Результаты срезов и опросов на уровень осведомлённости</li> </ul>
Развитие научно-методической базы по организации психолого-педагогической помощи молодёжи	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество специалистов центра, принявших участие в курсах повышения квалификации, семинарах, мастер-классах, супервизионных, интервизионных группах и т.п.</li> <li>- Количество публикаций с описанием практик по работе с молодёжью (научных, методических, публицистических)</li> </ul>
Повышение качества разрабатываемых и реализуемых специалистами программ и удовлетворённости клиентов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Рост числа положительных отзывов в социальных сетях, СМИ, информационных порталах и т. п.</li> <li>- Результаты анкет обратной связи, опросов</li> <li>- Результаты экспертной оценки и супервизий</li> </ul>

Востребованность услуг по направлениям деятельности учреждений

- Количество оказываемых услуг по каждому из направлений
- Количество реализованных проектов, программ
- Количество молодых людей, вовлечённых в реализуемые программы
- Количество партнёров, привлечённых для реализации программ по направлениям
- Количество новых форм и технологий, внедрённых в работу
- Количество экспертов, привлечённых к участию в реализации проектов и программ

Развитие комплексной системы и партнёрской модели сопровождения молодёжи, попавшей в сложную жизненную ситуацию

- Заключены договоры, партнёрские соглашения с представителями разных государственных и частных структур; число этих договоров и соглашений
- Создана база партнёров; число партнёров
- Количество успешных обращений партнёров в Центр и количество успешных обращений Центра к партнёрам



# ТИПЫ АУДИТОРИЙ

## Подростки, школьники и студенты СПО, 14-18 лет

### Основные потребности:

- личное самоопределение
- профориентация
- детско-родительские отношения, отношения со сверстниками, отношения с педагогами
- повышение самооценки и уверенности в себе
- работа со стрессом в период подготовки к экзаменам
- запрос на работу с другими личностными проблемами
- желание узнать про себя что-то новое
- развитие навыков общения

## Студенты образовательных организаций среднего профессионального и высшего образования 18-25 лет

### Основные потребности:

- личное самоопределение
- запрос на работу с личностными проблемами
- поиск партнёра, выстраивание долгосрочных взаимоотношений
- развитие мягких навыков (коммуникация, переговоры, разрешение конфликтов и т. п.)
- работа со стрессом в период подготовки к экзаменам

## Работающая молодёжь, 20-35 лет

### Основные потребности:

- личное самоопределение
- построение семьи
- личные кризисы
- детско-родительские отношения, детская психология,
- развитие мягких навыков (коммуникация, переговоры, разрешение конфликтов и т. п.)

## Специалист по работе с молодёжью 22-35 лет

### Основные потребности:

- недостаток опыта в работе с молодёжью
- возрастная психология
- профессиональное выгорание

## Студент психолого-педагогического, социологического направления или ОРМ

### Основные потребности:

- пройти практику или стажировку в центре
- наработать портфолио для будущего трудоустройства
- применить свои знания и идеи на практике

## Родители детей и молодёжи от 14 лет

### Основные потребности:

- получить консультацию по вопросам самоопределения и профориентации ребёнка
- получить консультацию специалиста по вопросам воспитания и работы с «трудным» подростком, вопросам развития и возрастных особенностей детей, детско-родительских отношений
- получить консультацию по поддержке в случае трудной жизненной ситуации



## ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ









## ВОЗМОЖНЫЕ ТИПЫ ПАРТНЁРОВ И ПРОДУКТЫ ДЛЯ ЭКОСИСТЕМЫ

### Бизнес, коммерческие партнёры

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- реклама партнёров на мероприятиях, информационное сотрудничество;
- проведение совместных мероприятий на инфраструктуре партнёра для привлечения новых потенциальных клиентов;
- получение грантового финансирования для проведения совместных некоммерческих мероприятий;
- помощь в подборе персонала;
- проведение тренингов по различным тематикам (профилактика эмоционального выгорания, сплочение коллектива)

#### Польза от партнёрства:

- расширение целевой аудитории;
- подарки для подростков и молодёжи;
- льготные условия приобретения продукции и услуг;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- софинансирование проектов учреждения;
- привлечение специалистов из бизнеса на образовательные мероприятия, встречи с молодёжью;
- получение Центром коммерческих заказов на услуги его специалистов

## 2 Некоммерческий сектор

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных крупных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах партнёров, привлечение новой аудитории для партнёров;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки;
- организация коммуникации и обмена опытом;
- проведение для специалистов НКО тренингов, семинаров, мастер-классов по вопросам психологической поддержки, особенностей работы с подростками и молодёжью;
- проведение тренингов по различным тематикам (профилактика эмоционального выгорания, сплочение коллектива)

### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- расширение экспертизы по узконаправленным вопросам;
- привлечение профессионалов из некоммерческого сектора для реализации собственных проектов;
- привлечение профессионалов из некоммерческого сектора в качестве наставников, менторов и консультантов для молодёжи;
- освоение новых практик работы;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы

### 3 Молодежные и общественные движения и объединения

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- проведение совместных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах, привлечение аудитории;
- проведение тренингов для актива по развитию мягких навыков, по профилактике эмоционального выгорания, мероприятий на сплочение команды

#### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- проведение совместных мероприятий;
- интеграция молодёжи в деятельность движений и объединений;
- делегирование проведения мероприятий молодёжным объединениям и движениям;
- привлечение членов объединений и движений в качестве менторов, наставников, консультантов для молодёжи, «трудных» подростков и т.п.



## 4 Образовательные организации и учреждения системы профилактики

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- проведение совместных мероприятий и акций по профилактике асоциального поведения, деструктивных проявлений в молодёжной среде, правонарушений;
- оказание психологических консультаций несовершеннолетним правонарушителям, подросткам, стоящим на учёте и т.д.
- членство в комиссии по делам несовершеннолетних сотрудников;
- тренинговая работа с подростками, стоящими на учёте.

## 5 Учреждения СПО и ВО с направлениями подготовки по «гуманитарному» профилю (ОРМ, педагогика, психология, юриспруденция, социология и т.п.)

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- площадка стажировки для студентов;
- возможности для неформального образования студентов;
- помощь в проведении исследований молодёжи;
- проведение совместных образовательных мероприятий, методических семинаров, форматов обмена опытом и практиками по вопросам работы с подростками и молодёжью.

## 6 Другие учреждения сферы молодёжной политики

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- банк методик для проведения психологической диагностики;
- библиотека методических разработок и программ для молодых специалистов, оказывающих услуги психолого-педагогического консультирования молодёжи, методические рекомендации и пособия по психологическим особенностям работы с молодёжью разного возраста;
- мероприятия по профилактике профессионального выгорания сотрудников;
- образовательные и просветительские мероприятия для сотрудников по теме психологических особенностей работы с молодёжью разного возраста, форматы обмена опытом и практиками.



## БАЗОВОЕ ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- ▶▶ **Зона ресепшн:** приёмная зона со стойкой администратора / дежурного специалиста, информационными табличками / объявлениями о режиме работы, проводимых мероприятиях и т.д., зоной ожидания, гардеробом
- ▶▶ **Досуговая зона:** кресла-мешки/кресла/стулья, мобильные столы / столы-трансформеры, wi-fi, экран, колонки, ноутбук, игры (настольные, игровая приставка), буккроссинг, вендинговые автоматы
- ▶▶ **Многофункциональное трансформируемое пространство** для работы молодых людей и команд, проведения массовых мероприятий (лекции, мастер-классы, тренинги, выступления, встречи), онлайн-трансляций и гибридных форматов: столы-трансформеры, стулья, проектор, экран, камера (веб-камера), кликер, ноутбуки, высокоскоростное интернет-соединение, микрофоны, 2–3 флипчарта, канцелярские принадлежности, кулер
- ▶▶ **Кабинеты** для индивидуальных консультаций в соответствии с СанПиН





## БАЗОВОЕ КАДРОВОЕ (ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ) ОБЕСПЕЧЕНИЕ

рекомендуется не менее 3 групп ставок



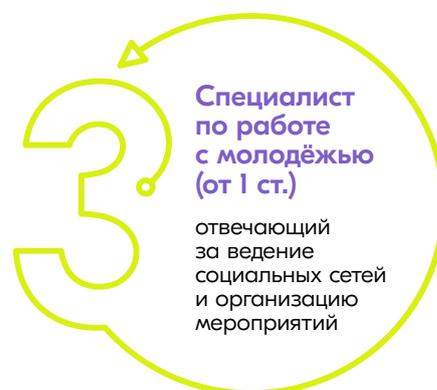
Руководитель  
учреждения/  
пространства  
(1 ст.)

Бухгалтерия,  
юр.отдел



Педагоги-  
психологи,  
клинические  
психологи  
(от 2 ст.)

прошедшие  
курсы повышения  
квалификации



Специалист  
по работе  
с молодёжью  
(от 1 ст.)

отвечающий  
за ведение  
социальных сетей  
и организацию  
мероприятий



## ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- индивидуальное психолого-педагогическое консультирование по заявленным клиентом проблемам (в возрасте до 14 лет и после 35, представители других муниципальных образований);
- индивидуальная психодиагностика клиентов до 14 и после 35 лет;
- подготовка психологических характеристик для суда, сопровождение психологом детей и подростков на судебном процессе;
- психолого-педагогическая экспертиза по направлению суда;
- организация и проведение обучающих семинаров для специалистов;
- комплексные психолого-педагогические исследования;
- организация и проведение обучающих программ и программ повышения квалификации для студентов и специалистов (при наличии лицензии);
- психологические тренинги и игры для детей до 14 лет;
- психологические тренинги и игры для взрослых старше 35 лет;
- психологическая диагностика сотрудников коллективов коммерческих предприятий;
- диагностика и подбор персонала;
- сессии по разрешению конфликтов в коллективах;
- тимбилдинг в рабочих коллективах;
- индивидуальные и групповые супервизии;
- сдача в аренду имущества Центра.

# ЦЕНТР ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ



## КЛЮЧЕВАЯ ФУНКЦИЯ

Центры патриотического воспитания создают условия для развития гражданской ответственности и высокого уровня патриотического сознания, а также ответственного и осознанного интереса к истории России, являются точкой формирования и притяжения молодёжных сообществ и объединений патриотической направленности.



## На каком уровне и в каких форматах могут существовать такие центры?

<b>Региональный уровень</b>	Отдельное здание с хорошей инфраструктурой и хорошей укомплектованностью материально-технической базы. Основная инфраструктура — бэк-офисы и мобильная материальная база для проведения выездных мероприятий
<b>Муниципальный уровень в крупных городах</b>	Отдельное здание с хорошей инфраструктурой и хорошей укомплектованностью материально-технической базы
<b>Муниципальный уровень в средних и малых городах</b>	Отдел в рамках ММЦ с отдельными помещениями на площадях ММЦ, укомплектованными материально-технической базой под проведение мероприятий патриотической направленности
<b>Сельская местность</b>	Направление деятельности в МЦ с курирующим специалистом и основной материально-технической базой под проведение мероприятий патриотической направленности





## ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

1. Гражданское и патриотическое воспитание молодёжи, формирование правовых, культурных и нравственных ценностей, уважительного отношения к истории и культуре страны
2. Развитие и совершенствование системы допризывной подготовки молодёжи
3. Организация и координация деятельности по патриотическому воспитанию на территории, в том числе информационное, организационно-методическое и ресурсное обеспечение и сопровождение проектов, организаций и сообществ



## ОБЩИЕ КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ:

- Организация и ресурсное обеспечение мероприятий патриотической направленности
- Организация и ресурсное обеспечение мероприятий по профилактике асоциального поведения молодёжи, в том числе предупреждения распространения идеологии экстремизма и терроризма
- Методическая, информационная, организационная, ресурсная поддержка деятельности молодёжных и детских общественных объединений и СО НКО патриотической направленности
- Организация коммуникации, взаимодействия, обмена опытом и диалога между различными молодёжными и детскими общественными объединениями, сообществами и СО НКО патриотической направленности
- Информационное освещение деятельности по патриотическому воспитанию, информирование о патриотических проектах и мероприятиях, реализация информационной программы по содействию гражданско-патриотическому воспитанию, профилактике асоциального поведения
- Участие в организации учебных сборов по подготовке к военной службе, проведение собственных мероприятий по допризывной подготовке
- Координация и сопровождение деятельности поисковых экспедиций, поисковых отрядов и объединений
- Организация военно-спортивных, спортивных, спортивно-технических и туристических соревнований, пропаганда здорового образа жизни

### На уровне регионального учреждения:

- Взаимодействие с государственными организациями федерального и регионального уровней для реализации комплексных проектов, программ и мероприятий патриотического воспитания
- Организация обучения специалистов разных категорий в сфере гражданского и патриотического воспитания детей и молодёжи
- Координация и методическо-консультационное сопровождение деятельности муниципальных центров патриотического воспитания, в том числе предоставление им методических и сценарных материалов, вариантов «упакованных под ключ» продуктов
- Ведение профильного реестра НКО, партнёров и прочих источников ресурсов — создание региональной «ресурсной карты» для выстраивания партнёрского взаимодействия между сообществами, НКО и муниципальными учреждениями в сфере патриотической направленности

### На уровне муниципального учреждения:

- Взаимодействие с муниципальными организациями для реализации комплексных проектов, программ и мероприятий в сфере патриотического воспитания
- Непосредственная работа с аудиторией — проведение муниципальных мероприятий для привлечения нового актива; работа с имеющимся активом, его обучение и развитие; проведение мероприятий для широкой аудитории и т.п.
- Организация и обеспечение работы кружков, секций и клубов патриотической направленности для молодёжи



## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ:

Приведённые ниже показатели являются примерными и должны быть адаптированы под конкретную ситуацию

Результат	Возможные показатели
<p>Возрастание степени участия молодёжи в общественной жизни, мероприятиях патриотической и гражданской направленности</p> <p>Повышение уровня гражданской ответственности молодёжи</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Увеличение числа молодёжи, принимающей участие в патриотических мероприятиях и мероприятиях гражданской направленности</li> <li>- Увеличение числа молодёжи, входящей в сообщества, кружки, секции, объединения гражданской и патриотической направленности</li> <li>- Увеличение числа молодёжных сообществ гражданской и патриотической направленности</li> <li>- Увеличение числа молодёжных проектов патриотической и гражданской направленности</li> </ul>
<p>Повышение уровня исторической и культурной грамотности молодёжи</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Число молодых людей, принявших участие в мероприятиях, посвящённых отечественной истории и культуре</li> <li>- Результаты срезов, опросов и тестов на знание истории и культуры России</li> </ul>
<p>Снижение девиантных проявлений в молодёжной среде</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Снижение количества правонарушений среди молодёжи</li> <li>- Снижение количества проявлений асоциального поведения молодёжи</li> <li>- Снижение количества несовершеннолетних, стоящих на учёте</li> <li>- Увеличение доли участия в проектах, мероприятиях, клубах и сообществах детей и молодёжи с девиантным поведением</li> </ul>
<p>Повышение престижа российской армии и военной службы среди молодёжи</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Снижение уровня уклонистов от службы в ВС РФ</li> <li>- Увеличение числа курсантов учебных заведений МО РФ и силовых ведомств</li> </ul>
<p>Увеличение уровня информированности молодых людей о деятельности учреждения и проводимой работе</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество активных и вовлечённых подписчиков в информационных группах и пабликах учреждения</li> <li>- Результаты срезов и опросов на уровень осведомлённости</li> </ul>
<p>Повышение эффективности межведомственного взаимодействия, координационных советов по патриотическому воспитанию</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество субъектов, участвующих в подготовке и проведении мероприятий патриотической направленности</li> <li>- Количество историко-патриотических, героико-патриотических и военно-патриотических музеев (в образовательных и других учреждениях, на предприятиях, объединениях и т. д.)</li> <li>- Количество реализованных межведомственных проектов гражданской и патриотической направленности</li> </ul>

Результат	Возможные показатели
<p><b>Только для учреждений регионального уровня:</b></p> <p>Развитие научно-методической базы по реализации гражданского и патриотического воспитания молодёжи</p> <p>Повышение профессионального уровня специалистов, реализующих мероприятия гражданской и патриотической направленности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество публикаций с описанием реализующихся практик гражданского и патриотического воспитания</li> <li>- Количество проведённых научно-исследовательских работ по проблемам гражданского и патриотического воспитания, а также степень их внедрения в практику этой сферы деятельности;</li> <li>- Количество специалистов, прошедших обучение по гражданскому и патриотическому воспитанию</li> <li>- Количество специалистов, принявших участие в конференциях/семинарах/сессиях, посвящённых гражданскому и патриотическому воспитанию</li> </ul>
<p>Развитие и поддержка некоммерческого сектора</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество СО НКО патриотической направленности</li> <li>- Объём привлечённых грантовых средств на проекты патриотической и гражданской направленности</li> </ul>

# ТИПЫ АУДИТОРИЙ

## Школьники 14-18 лет

### Основные потребности:

- содержательный досуг
- самореализация, возможность проявить себя и почувствовать себя успешным
- развитие собственных навыков и компетенций
- поиск друзей и возможность стать частью сообщества
- поддержка своих идей
- возможность попасть на мероприятия

## Студенты образовательных организаций среднего профессионального и высшего образования, 16-23 года

### Основные потребности:

- содержательный досуг
- возможность проявить себя и почувствовать себя успешным
- развитие собственных навыков и компетенций
- военно-профессиональная ориентация, допризывная подготовка
- возможность попасть на мероприятия и молодёжные форумы
- создание и (или) присоединение к сообществу для решения волнующих проблем
- получение грантового финансирования на реализацию собственного проекта
- получение поощрения от своей образовательной организации за участие в патриотических проектах

## Работающая молодёжь, 23-35 лет

### Основные потребности:

- желание транслировать собственный опыт, стать наставником, повысить свой социальный статус
- возможность попасть на мероприятия и молодёжные форумы
- получение грантового финансирования на реализацию собственного проекта
- самореализация за пределами основной работы

## Воспитанники сторонних патриотических объединений, 11-17 лет

### Основные потребности:

- знакомство с единомышленниками
- возможность заниматься на хорошей и современной материальной базе
- участие в крупных мероприятиях
- получение сторонней оценки своих навыков
- получение знаний и опыта

## Родители, 25+ лет

### Основные потребности:

- занять свободное время ребёнка продуктивной деятельностью
- оградить его от деструктивного влияния
- воспитать дисциплину
- найти для ребенка авторитетного наставника

## Школьные педагоги и педагоги учреждений среднего профессионального образования

### Основные потребности:

- помощь в реализации программ патриотического воспитания
- помощь в работе с «трудными» учащимися
- всестороннее развитие личности обучающихся
- повышение уровня исторической и культурной грамотности обучающихся

## Ветераны Великой Отечественной войны, локальных военных конфликтов, члены ветеранских организаций

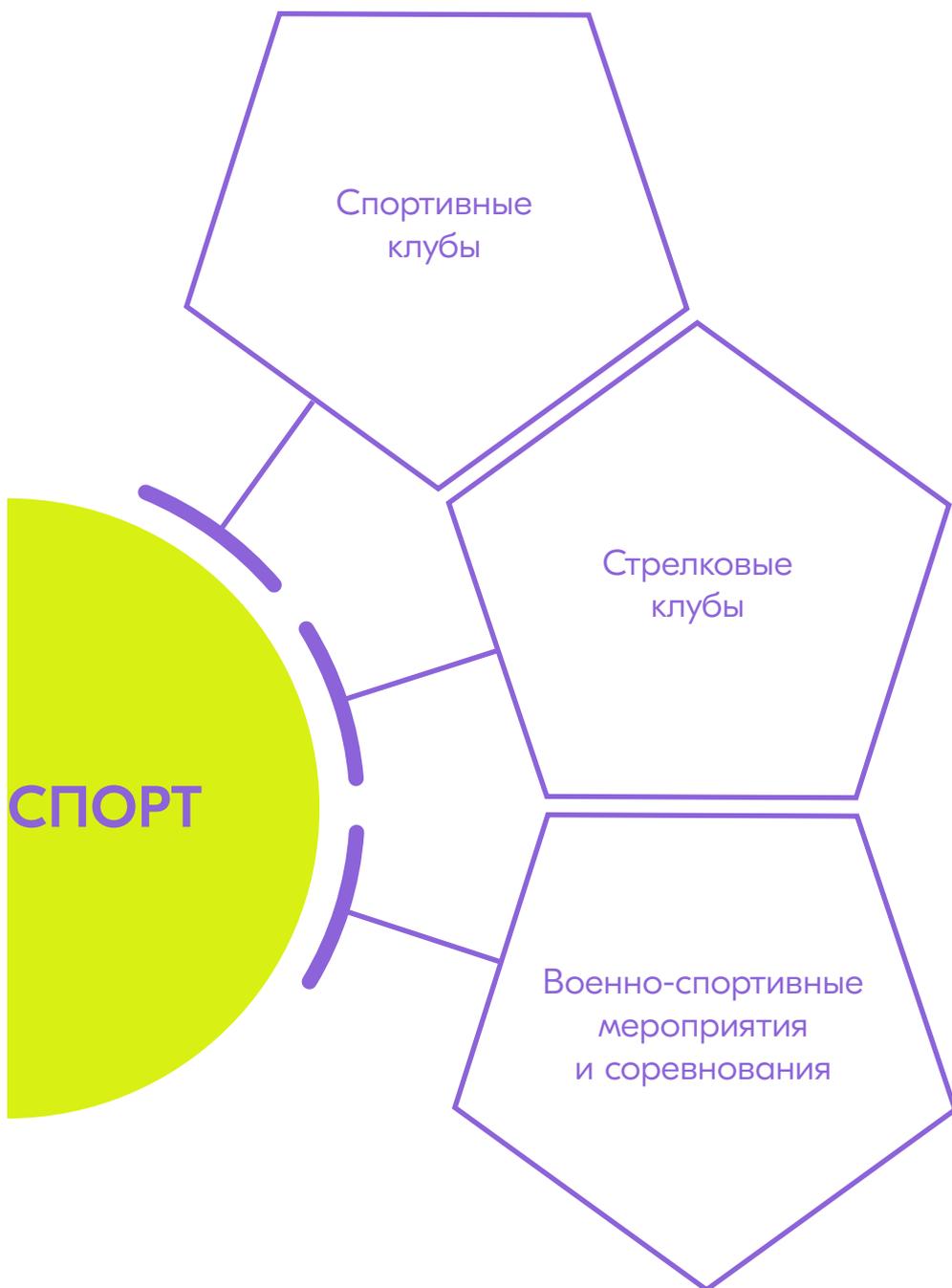
### Основные потребности:

- передача опыта младшим поколениям
- общение с молодёжью
- возможность вести активный социально полезный образ жизни
- сохранение культуры и традиций
- укрепление межпоколенческой связи



## ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ











## ВОЗМОЖНЫЕ ТИПЫ ПАРТНЁРОВ И ПРОДУКТЫ ДЛЯ ЭКОСИСТЕМЫ

### 1 Учебно-методические центры военно-патриотического воспитания «Авангард»

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- совместная организация и проведение мероприятий допризывной подготовки молодёжи на базе «Авангарда»;
- совместное проведение профильных лагерных смен патриотической направленности на базе «Авангарда»;
- совместное проведение военно-спортивных мероприятий и соревнований на базе «Авангарда»

### 2 Кадетские корпуса

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- совместная организация и проведение мероприятий допризывной подготовки молодёжи на базе кадетских корпусов;
- совместное проведение военно-спортивных мероприятий и соревнований на базе кадетских корпусов

### 3 Ресурсный центр по поддержке добровольчества

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- совместная организация и проведение поисково-спасательных мероприятий;
- привлечение волонтерского сообщества к участию в мероприятиях патриотической направленности;
- совместная организация и реализация проектов, направленных на помощь ветеранам;
- информационное партнёрство и взаимоподдержка.

## 4 Бизнес, коммерческие партнеры

Профильные магазины (спецодежда, туристическое снаряжение и пр.)  
страйкбольные и пейнтбольные клубы, скалодромы, тир и т.д.

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- реклама партнёров на мероприятиях, информационное сотрудничество;
- проведение совместных мероприятий для привлечения новых потенциальных клиентов;
- получение грантового финансирования для проведения совместных мероприятий

### Польза от партнёрства:

- подарки для детей и молодёжи;
- льготные условия приобретения продукции и услуг;
- возможность бесплатного использования инфраструктуры и оборудования

Корпорации

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- проведение совместных мероприятий, приуроченных к праздничным датам (9 мая, 23 февраля, 4 ноября и др.);
- совместные проекты в рамках программ корпоративного волонтерства;
- реклама партнёров на мероприятиях, информационное сотрудничество

### Польза от партнёрства:

- софинансирование проектов и мероприятий;
- подарки и сувенирная продукция для детей и молодёжи

## 5 Некоммерческий сектор

**Военно-патриотические клубы, ветеранские организации, поисковые отряды и другие объединения и СО НКО патриотической направленности**

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных крупных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах партнёров, привлечение новой аудитории для партнёров;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки;
- организация коммуникации и обмена опытом

### Польза от партнёрства:

- расширение аудитории;
- расширение экспертизы по узконаправленным вопросам;
- освоение новых практик реализации программ гражданского и патриотического воспитания, работы с молодыми людьми, реализации проектов гражданской и патриотической направленности;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы;
- появление новых подрядчиков для проведения мероприятий и проектов

## 6 Молодёжные и детские общественные объединения

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- организация обучения членов региональных отделений;
- экспертная, методическая, ресурсная поддержка проектов и мероприятий;
- проведение совместных мероприятий и акций;
- информационная поддержка, в том числе целевое информирование молодых людей о мероприятиях и проектах партнёров, привлечение новой аудитории для партнёров

### Польза от партнёрства:

- расширение собственной аудитории;
- обмен материально-техническими ресурсами и совместное использование материально-технической базы

## 7 Образовательные организации

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- совместная реализация мероприятий патриотического воспитания, в том числе в рамках воспитательной программы учреждения;
- методические материалы и экспертное сопровождение реализации мероприятий патриотического воспитания в школах;
- проведение исторических диктантов, викторин и т. д.
- проведение мероприятий школ и ссузов на базе центра патриотического воспитания;
- организация и проведение военно-спортивных игр и соревнований для учащихся;
- организация и проведение мероприятий допризывной подготовки

## 8 Органы исполнительной власти в сфере культуры

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

совместное проведение культурно-массовых мероприятий и концертов, приуроченных к памятным датам

## 9 Органы исполнительной власти в сфере физической культуры и спорта

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

совместное проведение военно-спортивных и спортивных мероприятий, военно-спортивных соревнований

## 10 Военный комиссариат

### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- совместная организация и проведение мероприятий допризывной подготовки;
- совместное проведение профильных лагерных смен;
- совместное проведение военно-спортивных мероприятий и соревнований;
- совместная организация и проведение встреч молодёжи с ветеранами боевых действий, представителями армии





## БАЗОВОЕ ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ



### Многофункциональное трансформируемое пространство

для работы молодых людей и команд, проведения массовых мероприятий (лекции, мастер-классы, тренинги, выступления, встречи), видеотрансляций: столы-трансформеры, стулья, проектор, экран, камера (веб-камера), кликер, ноутбуки, высокоскоростное интернет-соединение, микрофоны, 2–3 флипчарта, канцелярские принадлежности, кулер



### Бэк-офис (кабинеты для сотрудников)



### Спортивный зал, Тир



**Инвентарь:** металлоискатели для поисковиков, палатки, костровое имущество, туристическое оборудование, защитные костюмы (противогазы и пр), оборудование для начальной медицинской подготовки; оборудование для огневой подготовки; атрибутика, флаговые группы (флаги, знамена); лазертаг



**Специализированные учебные классы** для проведения занятий по допризывной подготовке



**Складское помещение** для хранения инвентаря и находок с раскопок



**Актный зал** для проведения мероприятий (в том числе культурных): сцена, проектор для кинопоказов, экран, звуковое и световое оборудование



**Музейное пространство:** витрины, стеллажи, аудио и визуальное сопровождение экспонатов



### Транспорт



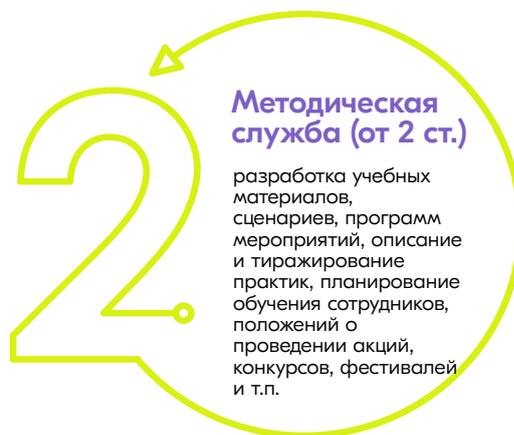
## ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- Платные спортивные мероприятия и секции
- Коммерческая аренда помещений
- Коммерческая аренда оборудования



## БАЗОВОЕ КАДРОВОЕ (ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ) ОБЕСПЕЧЕНИЕ

рекомендуется не менее 7 групп ставок



Хозяйственные, технические специалисты и работники, а также юрист, бухгалтер, IT-специалист, специалист по закупкам могут быть вынесены на аутсорсинг или находиться в штате головной (базовой) организации.

# РЕСУРСНЫЙ ЦЕНТР ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

Содержание раздела подготовлено с использованием материалов Ассоциации волонтерских центров, Стандарта оказания услуг ресурсных центров добровольчества.



## КЛЮЧЕВАЯ ФУНКЦИЯ

Ресурсные центры добровольчества выступают ключевыми субъектами инфраструктуры поддержки волонтерского движения и гражданских инициатив на своих территориях и формируют устойчивую систему развития добровольчества и благотворительных практик в стране.

Деятельность ресурсных центров направлена на комплексную поддержку добровольчества, гражданской активности и благотворительности в регионах. Центры развивают компетенции участников добровольческой и благотворительной деятельности, а также представителей органов государственной власти, местного самоуправления, бюджетных учреждений в области добровольчества, помогают некоммерческому сектору в реализации и продвижении добровольческих инициатив, внедряют на своих территориях федеральные проекты, лучшие практики, методики и технологии.

Ресурсный центр выступает как:

- точка притяжения добровольческого сообщества и гражданских активистов;
- учебно-методическая база;
- акселерационный центр, обеспечивающий повышение эффективности и качества добровольческой деятельности;
- площадка концентрации и преобразования добровольческих ресурсов;
- связующее звено между волонтерами, организаторами волонтерской деятельности, а также получателями добровольческой помощи;
- операционное ядро государственной политики в области добровольчества (волонтерства) и реализации гражданских инициатив в регионе;
- источник материально-технических, образовательных, кадровых, информационных и иных ресурсов.

## На каком уровне и в каких форматах могут существовать такие центры?

Сеть ресурсных центров добровольчества существует на региональном уровне. На муниципальном уровне добровольческая деятельность может реализовываться в молодёжных центрах, многофункциональных молодёжных центрах или муниципальных центрах добровольчества.

Целевая аудитория ресурсных центров добровольчества не должна ограничиваться только молодёжным контингентом.



<b>Региональный уровень</b>	Отдельно стоящее здание или помещения достаточной площади с отдельным входом
<b>Муниципальный уровень в крупных городах</b>	Отдельно стоящее здание или помещения достаточной площади с отдельным входом или отдел в рамках ММЦ/МЦ
<b>Муниципальный уровень в средних и малых городах</b>	Отдел в рамках ММЦ/МЦ с отдельными помещениями
<b>Сельская местность</b>	Направление деятельности в ММЦ/МЦ с курирующим специалистом и основной материально-технической базой для проведения мероприятий



## ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

Поддержка добровольческой, благотворительной деятельности и гражданских инициатив в интересах социально-экономического развития региона и повышения качества жизни населения



## ОБЩИЕ КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ:

- Популяризация добровольчества, благотворительности и гражданских инициатив среди населения региона различных возрастов и социально-демографических групп, продвижение принципа «волонтерство через всю жизнь»
- Оказание помощи гражданам в подборе добровольческих и благотворительных организаций и проектов
- Оказание содействия в привлечении волонтеров добровольческим, благотворительным организациям, организаторам волонтерской деятельности и гражданских инициатив
- Поддержка, акселерация и сопровождение социально значимых добровольческих, гражданских инициатив и проектов
- Накопление человеческого капитала, развитие компетенций сообщества гражданских активистов, обучение волонтеров, организаторов добровольческой деятельности и заказчиков добровольческих услуг
- Организация взаимодействия добровольцев, благотворительных и добровольческих организаций, организаторов волонтерской деятельности и гражданских инициатив с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, институтами гражданского общества, некоммерческими организациями и их объединениями, бизнес-структурами, средствами массовой информации и благополучателями
- Обеспечение добровольцев, добровольческих организаций ресурсной поддержкой, необходимой для эффективной реализации добровольческих и гражданских инициатив
- Информационное сопровождение волонтерских и благотворительных организаций и программ, презентация федеральных проектов и программ в области добровольчества и благотворительности, информирование добровольческих организаций о возможностях, информирование потенциальных участников о проводимых мероприятиях и акциях
- Осуществление учёта добровольцев, добровольческих и благотворительных организаций, их компетенций/профиля, опыта, проектов и практик

## На уровне регионального учреждения:

- Способствование социально-экономическому развитию региона и повышению качества жизни населения за счёт формирования эффективной системы и инфраструктуры добровольческой деятельности
- Содействие в расширении спектра добровольческих возможностей в регионе, создание карты потребностей в добровольческой и благотворительной помощи
- Координация добровольческой деятельности в муниципалитетах
- Развитие муниципальной инфраструктуры добровольчества и благотворительности, формирование в регионе единой добровольческой повестки, интеграция федеральных проектов и программ в региональные планы
- Распространение успешных практик и новых эффективных методик и технологий реализации волонтерских и добровольческих проектов и программ
- Оказание экспертной, консультативной, методической помощи добровольцам, активистам, представителям добровольческих и благотворительных организаций, социально ориентированных НКО
- Формирование регионального сообщества гражданских активистов, развитие корпоративной культуры добровольчества и благотворительности, создание системы мотивации и поощрения участников добровольческой и благотворительной деятельности
- Организация волонтерских программ ключевых событий в регионе
- Проведение системного мониторинга уровня развития добровольческого движения и благотворительности, исследований по вопросам добровольчества и благотворительной деятельности, анализа существующих проблем в области реализации социальных инициатив в регионе и текущего состояния гражданской активности, прогнозирование рисков и определение векторов развития

## На уровне муниципального учреждения:

- Создания единого окна для тех, кто нуждается в помощи, и тех, кто хочет помочь
- Создание местной точки притяжения и площадки для консолидации местного населения
- Вовлечение местного населения в волонтерскую деятельность, в том числе поддержка молодежных инициатив
- Организация и проведения волонтерских мероприятий и акций на местном уровне
- Решение проблем муниципалитета через социальное волонтерство, зооволонтерство, эковолонтерство, медицинское волонтерство, событийное волонтерство, серебряное волонтерство и т.п.
- Создание условий для самореализации молодежи через волонтерские проекты



## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ:

Приведённые ниже показатели являются примерными и должны быть адаптированы под конкретную ситуацию

Результат	Возможные показатели
<p>Увеличение охвата добровольческой деятельностью</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Численность добровольцев, волонтеров, жертвователей</li> <li>- Численность добровольческих и волонтерских организаций, фондов</li> <li>- Численность благополучателей добровольческой помощи, проектов</li> <li>- Количество и численность реализуемых в регионе профильных мероприятий в сфере добровольчества и благотворительности</li> <li>- Количество федеральных мероприятий, проектов и программ, реализуемых на территории</li> <li>- Количество добровольческих вакансий, публикуемых на ДОБРО.РФ</li> <li>- Численность добровольцев и организаторов добровольческой деятельности, зарегистрированных на платформе ДОБРО.РФ</li> </ul>
<p><b>Только для региональных учреждений</b></p> <p>Развитие инфраструктуры добровольческой деятельности в регионе</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество муниципальных представительств ресурсного центра</li> <li>- Количество муниципальных штабов добровольчества</li> <li>- Количество привлечённых грантовых и спонсорских средств на развитие добровольческой инфраструктуры в регионе</li> </ul>
<p><b>Только для региональных учреждений</b></p> <p>Развитие научно-методической базы и практик добровольчества</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество исследований, проведённых в области волонтерской и благотворительной деятельности</li> <li>- Количество обученных по программам в области добровольчества волонтеров, организаторов волонтерской деятельности, гражданских активистов, представителей добровольческих и благотворительных организаций, органов государственной власти и местного самоуправления, государственных и муниципальных учреждений, в том числе прошедших обучение в «Добро.Университете»</li> <li>- Количество публикаций с описанием практик добровольческой деятельности (научных и методических)</li> </ul>

Результат	Возможные показатели
Расширение целевой аудитории и выход на «труднодоступные» категории молодёжи: «взрослая» молодёжь, «массовая» молодёжь, работающая молодёжь, сотрудники бизнеса и пр.	Рост числа людей данной категории среди участников мероприятий, проектов, клубов, секций, объединений
Развитие партнёрской модели реализации добровольческой деятельности на территории	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество НКО, государственных и муниципальных учреждений, привлекающих к своей деятельности волонтеров</li> <li>- Количество партнёров центра из коммерческого и некоммерческого сектора</li> <li>- Количество проектов и программ корпоративного волонтерства</li> <li>- Численность корпоративных волонтеров</li> <li>- Количество средств, привлечённых на реализацию проектов и мероприятий от коммерческих предприятий</li> </ul>
Рост удовлетворённости добровольческой деятельностью	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Опросы и исследования удовлетворённости жителей (благополучателей)</li> <li>- Опросы и исследования удовлетворённости участников волонтерских мероприятий (волонтеров)</li> <li>- Опросы и исследования удовлетворённости организаций, прибегавших к услугам волонтеров для своих мероприятий</li> </ul>
Рост информированности населения о добровольческой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество публикаций в социальных сетях и СМИ</li> <li>- Количество просмотров публикаций</li> <li>- Результаты срезов и опросов на уровень осведомлённости</li> </ul>
Реальное расширение спектра возможностей молодых людей на территории за счёт добровольческой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество поддержанных инициатив молодёжи (за счёт ресурсов центра, за счёт грантовых конкурсов, за счёт ресурсов партнёров), количество привлечённых средств</li> <li>- Количество человек, которые непосредственно реализуют свои инициативы с помощью центра добровольчества</li> <li>- Количество молодёжи, прошедшей обучение в рамках добровольческой деятельности</li> <li>- Численность участников добровольческой деятельности, отмеченных по итогам профильных конкурсов</li> </ul>

# ТИПЫ АУДИТОРИЙ

## Волонтёры, участники благотворительной деятельности и гражданских инициатив

### Основные потребности:

- прохождение обучения и аттестации; - попадание на крупные мероприятия и события;
- получение социального признания и одобрения;
- участие в добровольческих проектах

Организаторы добровольческой деятельности и гражданских инициатив, добровольческие, благотворительные и иные некоммерческие организации, региональные отделения международных, всероссийских и межрегиональных организаций, реализующие волонтёрские, благотворительные и гражданские инициативы

### Основные потребности:

- получение материально-технической, организационной, информационной, административной, экспертной поддержки;
- набор и обучение волонтёров, помощь в поиске партнёров, расширение аудитории

## Коммерческие организации, реализующие добровольческие проекты, программы корпоративной социальной ответственности или иные социальные практики

### Основные потребности:

- получение организационной, информационной, административной, экспертной поддержки;
- обучение волонтёров;
- помощь в выходе на благополучателей

## Заказчики добровольческих услуг, благополучатели

### Основные потребности:

- набор и обучение волонтеров
- организационная, информационная и материально-техническая поддержка мероприятий

## Органы государственной власти, местного самоуправления, государственные и муниципальные учреждения региона

### Основные потребности:

- набор и обучение волонтеров
- организационная, информационная и материально-техническая поддержка мероприятий

## Муниципальные центры, реализующие добровольческую деятельность

### Основные потребности:

- методическое, организационное, информационное сопровождение деятельности;
- обучение сотрудников;
- обучение волонтеров;
- материально-техническая поддержка проектов и мероприятий

## Дополнительные аудитории для муниципального центра:

Люди, готовые помогать в решении социальных проблем

### Основные потребности:

- поиск проектов, в которые можно включиться
- получение ресурсной и кадровой поддержки для решения волнующих их проблем
- поиск единомышленников и людей со схожими интересами

Молодёжь, желающая включиться в добровольческую деятельность

### Основные потребности:

- поиск проектов, в которые можно включиться
- развитие собственных навыков и компетенций
- наработка портфолио
- получение социального признания
- ресурсная поддержка собственных инициатив, связанных с добровольческой деятельностью
- попадание на крупные проекты, программы и мероприятия

Люди, нуждающиеся в помощи

### Основные потребности:

- получение адресной помощи



## ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ









## ВОЗМОЖНЫЕ ТИПЫ ПАРТНЕРОВ И ПРОДУКТЫ ЭКОСИСТЕМЫ

### 1 Бизнес, корпорации

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- развитие корпоративного волонтерства, содействие в формировании позитивной корпоративной культуры через волонтерскую деятельность;
- реклама партнеров на мероприятиях, информационное сотрудничество;
- рекрутинг волонтеров для реализации проектов бизнес-партнеров;
- совместная реализация социальных проектов с бизнес-партнером.

#### Польза от партнерства:

- дополнительная целевая аудитория клиентов;
- подарки для волонтеров;
- льготные условия приобретения продукции и услуг;
- возможность бесплатного использования инфраструктуры и оборудования;
- финансирование добровольческих проектов.

### 2 Органы власти, государственные структуры и учреждения

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- развитие корпоративного волонтерства, содействие в формировании позитивной корпоративной культуры через волонтерскую деятельность;
- реклама партнеров на мероприятиях, информационное сотрудничество;
- организация мероприятий, социальных проектов, в том числе рекрутинг волонтеров для реализации проектов партнеров;
- консультирование по привлечению и координации волонтерского корпуса.

#### Польза от партнерства:

- согласование, экспертиза и сопровождение проектов;
- материально-техническая и административная поддержка проектов;
- обучение волонтеров специализированным навыкам;
- участие в просветительской деятельности;
- предоставление информационно-методических, аналитических материалов по профильным тематикам.

## 3 Некоммерческие организации и фонды

### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

- предоставление помещений и материально-технической базы для проведения мероприятий;
- обучение волонтеров и сотрудников НКО;
- методическое, экспертное и информационное сопровождение;
- совместная реализация проектов;
- помощь в привлечении грантового и спонсорского финансирования;
- содействие в привлечении волонтеров под проекты и мероприятия.

### Польза от партнёрства:

- совместная реализация проектов;
- участие в мероприятиях Центра в качестве партнёров;
- приглашение Центра к участию в проектах НКО в качестве партнёров;
- участие в сборе аналитической и статистической информации;
- расширение целевой аудитории и аудитории благополучателей;
- привлечение узкопрофильных специалистов НКО для обучения волонтеров под определенные типы проектов.

## 4 Общественные организации и движения

### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

- предоставление помещений и материально-технической базы для проведения мероприятий;
- методическое, экспертное и информационное сопровождение проектов;
- помощь в привлечении грантового и спонсорского финансирования;
- информирование о мероприятиях, конкурсах, грантах и прочих возможностях;
- оказание консультаций по теме добровольчества, работы с волонтерами и т.п.
- содействие в привлечении волонтеров под проекты и мероприятия;
- обучение волонтеров и руководителей волонтерских объединений;
- разработка и реализация совместных проектов;
- административная поддержка, помощь во взаимодействии с органами власти.

### Польза от партнёрства:

- совместная реализация проектов;
- участие в мероприятиях Центра в качестве партнёров;
- участие в сборе аналитической и статистической информации;
- расширение целевой аудитории и аудитории благополучателей;
- привлечение узкопрофильных специалистов для обучения волонтеров под определенные типы проектов.

## 5 Образовательные организации (школы, ссузы, вузы)

### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

- консультации по взаимодействию с волонтерами, предоставление информационно-методических, аналитических материалов по профильным тематикам, консультационная и методическая помощь в развитии волонтерских штабов;
- проведение обучающих мероприятий для сотрудников по привлечению волонтерского корпуса и выстраиванию его работы;
- проведение обучающих мероприятий для волонтеров;
- привлечение профильных НКО для участия в совместных тематических проектах и программах;
- проведение социальной практики;
- участие в реализации программы воспитания;
- экспертиза социальных проектов учащихся;
- помощь в привлечении грантового и спонсорского финансирования;
- проведение совместных мероприятий.

### Польза от партнёрства:

- реализация совместных проектов и программ;
- использование материально-технической базы партнёров;
- расширение своей целевой аудитории;
- привлечение профильных экспертов в проекты и мероприятия.

## 6 Организаторы крупных масштабных мероприятий

### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

подбор, обучение и координация волонтеров для помощи в проведении мероприятия

### Польза от партнёрства:

мотивация для волонтеров в виде опыта участия в масштабном событии, наработки портфолио, получения брендированной продукции, возможности посетить часть культурной/деловой/образовательной программы мероприятия

## 7 Другие учреждения сферы ГМП

### Предложения для сотрудничества/предлагаемые продукты:

волонтерская помощь при организации и проведении любых типов мероприятий

### Польза от партнёрства:

- совместная реализация проектов;
- расширение целевой аудитории



## БАЗОВОЕ ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ



**Зона ресепшен:** для приёмная зона со стойкой администратора / дежурного специалиста, информационными табличками / объявлениями о режиме работы, проводимых мероприятиях и т.д; зоной ожидания, гардеробом



**Многофункциональное трансформируемое пространство** для работы молодых людей и команд, проведения массовых мероприятий (лекции, мастер-классы, тренинги, выступления, встречи): столы-трансформеры, стулья, проектор, экран, кликер, ноутбуки, высокоскоростное интернет-соединение, микрофоны, 2–3 флипчарта, канцелярские принадлежности, кулер



**Бэк-офис** (кабинеты для сотрудников)



**Учебные аудитории** для небольших групп (10–15 человек) для проведения встреч актива, мастерских, клубных занятий и т. п.: столы, стулья, флипчарт, ноутбук, проектор, wi-fi.



**Конференц-зал:** экран, ноутбук, кликер, микрофоны, мобильные столы и стулья, высокоскоростное интернет-соединение, флипчарт, кулер



**Складское помещение** для хранения инвентаря и расходников



**Зона для приёма пищи:** кофейня / фудкорт / мини-кухня с холодильником, микроволновкой, чайником и посудой

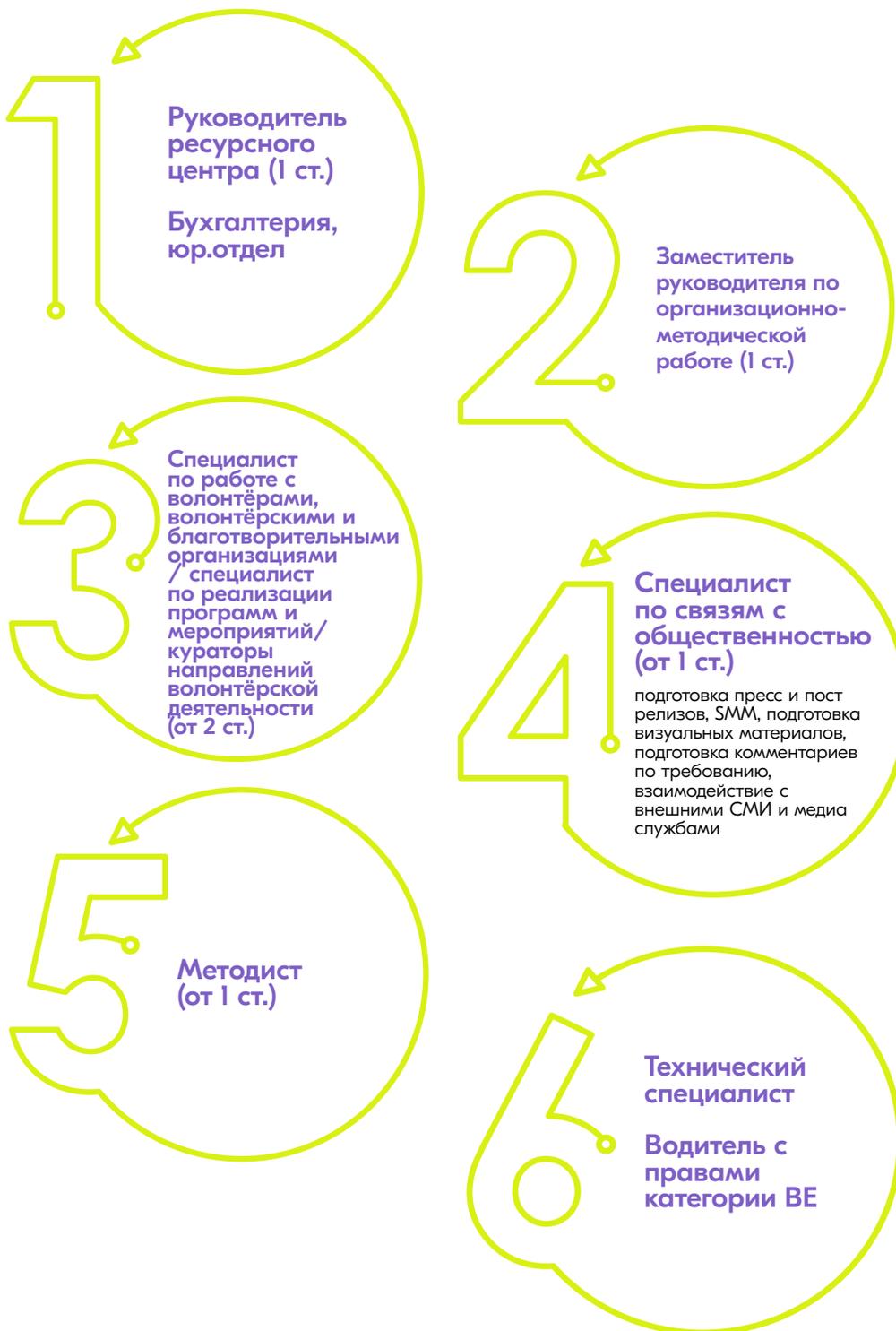


**Транспорт**



## БАЗОВОЕ КАДРОВОЕ (ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ) ОБЕСПЕЧЕНИЕ

рекомендуется не менее 6 групп ставок



Хозяйственные, технические специалисты и работники, а также водитель, юрист, бухгалтер, IT-специалист, специалист по закупкам могут быть вынесены на аутсорсинг или находиться в штате головной (базовой) организации



## СТАЦИОНАРНЫЙ ЛАГЕРЬ



### КЛЮЧЕВАЯ ФУНКЦИЯ

Стационарные лагеря используются для организации детских и молодёжных профильных смен, выступают в качестве площадок для проведения форумов или выездных образовательных мероприятий, выполняют роль площадки для детского оздоровительного отдыха или для выездов молодых специалистов и проведения корпоративных мероприятий.

Целесообразно развивать сеть лагерей на региональном уровне с целью обеспечения равного доступа молодёжи из любого муниципалитета к качественной инфраструктуре с круглогодичным функционированием.

### Основные цели деятельности:

1. Инфраструктурное, материально-техническое и кадровое обеспечение комфортного и качественного проведения выездных мероприятий для молодёжи в рамках направлений реализации молодёжной политики
2. Создание возможностей для получения молодёжью событийного опыта в рамках мероприятий сферы молодёжной политики
3. Укрепление позитивного имиджа молодёжной политики среди молодёжи региона



## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ:

Приведённые ниже показатели являются примерными и должны быть адаптированы под конкретную ситуацию

Результат	Возможные показатели
Востребованность лагеря	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество мероприятий, проводимых на базе лагеря в течение года</li> <li>- Количество молодых людей, принявших участие в мероприятиях на базе лагеря в течение года</li> <li>- Количество молодёжных и детских общественных объединений, НКО и учреждений-партнёров, проводивших свои мероприятия на базе лагеря в течение года</li> </ul>
Удовлетворённость клиентов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Результаты срезов и опросов на уровень удовлетворённости пребывания в лагере среди участников</li> <li>- Результаты обратной связи от организаторов</li> </ul>
Рост доверия и позитивного отношения к молодёжной политике на территории и к мероприятиям, проводимым на базе лагеря	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Результаты срезов и опросов</li> <li>- Анализ публикаций в социальных сетях</li> </ul>
Развитие партнёрской модели и увеличение системности работы с молодыми людьми в рамках проводимых мероприятий на базе лагеря	Увеличение количества партнёров при проведении мероприятий из числа органов власти, органов местного самоуправления, общественных объединений, органов молодёжного самоуправления, бизнеса, государственных и муниципальных учреждений, образовательных организаций, СМИ



# ТИПЫ АУДИТОРИЙ

Школьники 14-18 лет

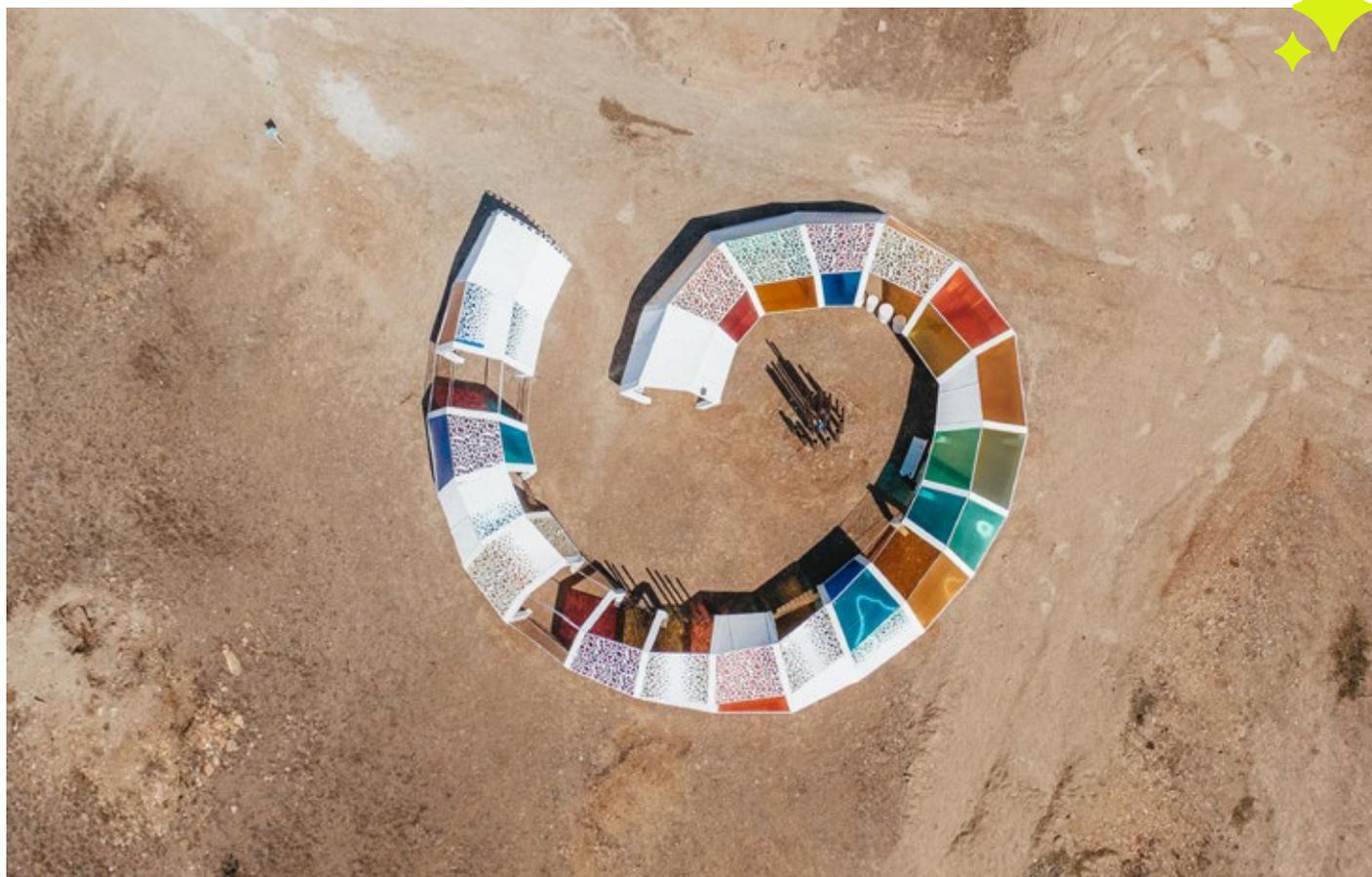
Студенты образовательных организаций среднего профессионального и высшего профессионального образования, 16-23 года

Работающая молодёжь, 18-35 лет

Молодые семьи

Специалисты сферы молодёжной политики и учреждений-партнёров

Молодёжные и детские общественные объединения, движения и НКО





## ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ





## ОСНОВНЫЕ ФОРМАТЫ ПРОВОДИМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Летние детские смены для детей 14-18 лет, вовлекающие в молодёжную и проектную практику

Региональные тематические молодёжные форумы

Тимбилдинг для команд учреждений и НКО, молодёжных активов

Выездные семинары для сотрудников сферы молодёжной политики, специалистов некоммерческого сектора

Образовательные мероприятия различных иных форматов

Форматы выходного дня для работающей молодёжи



## БАЗОВОЕ ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### Основное обеспечение



#### Жилые корпуса санаторно-курортного типа:

комнаты на 1—4 человек с собственным санузлом; комнаты повышенной комфортности; комнаты, адаптированные под людей с ОВЗ; общие холлы с диванами/креслами; прачечные со стиральными машинками; гладильная комната; доступ к wi-fi

**Столовая**, кафе/кофейня, вендинговые автоматы

### Досуговые пространства



#### Крытый спортзал/ тренажерный зал

Спортивная площадка на открытом воздухе, в том числе площадка для командных спортивных игр (футбол, баскетбол, волейбол и пр.);

**Библиотека/ буккроссинг**

**Бассейн** (опционально)

**Открытое пространство с диванами/креслами/ стульями и мобильными столами, розетками, доступом к wi-fi для общения и работы**

**Веранды/ беседки на открытом воздухе**

**Фотозоны, локации с арт-объектами**

**Точки проката спортивного инвентаря, самокатов, велосипедов**

**Веревочный городок** (опционально)

**Тир, лазертаг** (опционально)

### Пространства для мероприятий и учебных форматов:



#### Конгресс холл или крытый актовый зал для

проведения концертов, выступлений, массовых лекций, репетиций творческих коллективов: сцена, многоярусная посадка, плазменная панель, звуковое и световое оборудование, высокоскоростное интернет-соединение, комната звукоцветорежиссёра



**Сцена** на открытом воздухе для проведения концертов, выступлений, массовых лекций, репетиций творческих коллективов: сцена, плазменная панель, звуковое и световое оборудование, высокоскоростное интернет-соединение

**Компактная мобильная уличная сцена**

**Учебные аудитории (крытые и в шатрах):** мобильные столы и стулья, ноутбуки, доступ к wi-fi, кулеры с питьевой водой, экран, флипчарты;

**Коворкинги/ проектные офисы (крытые и в шатрах):** мобильные столы и стулья, ноутбуки, доступ к wi-fi, кулеры с питьевой водой, МФУ

Прочее:



**Фото- видео студия:** звукоизолированное помещение, стол, стулья/кресла, микрофоны-петлички, микрофоны настольные, наушники-мониторные, плазменный телевизор, ноутбук, не менее двух штативов, не менее двух фото- и видеокамер, студийный и импульсный свет, вспышки, светоулавливатели, фоны

**Помещения для мастерских / творческих студий / «рабочих» коворкингов:** наличие хорошего освещения, рабочих столов и возможность проведения «грязных» типов работ, связанных с покраской, сборкой конструкций и т.п.;

**Складские помещения**

**Административные корпуса для проживания и работы персонала**

**Автобусы, микроавтобусы, иной транспорт**

**Подъездные пути к лагерю, зона парковки, КПП, видеонаблюдение, системы контроля доступа**

**Медицинский пункт**

**Организация инклюзивной среды:** пандусы для колясок, таблички со шрифтами Брайля, шумовые указатели, индукционные петли, аудиогиды



## ВОЗМОЖНЫЕ ТИПЫ ПАРТНЁРОВ И ПРОДУКТЫ ДЛЯ ЭКОСИСТЕМЫ

### 1 Бизнес, коммерческие партнёры

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- реклама партнёров на мероприятиях, информационное сотрудничество;
- проведение мероприятий партнёров на инфраструктуре лагеря.

#### Польза от партнёрства

- льготные условия приобретения продукции и услуг;
- коммерческое использование инфраструктуры лагеря бизнесом;
- финансовые вливания в поддержание и развитие инфраструктуры.

### 2 Некоммерческий сектор, в том числе молодёжные объединения

#### Предложения для сотрудничества/ предлагаемые продукты:

- проведение мероприятий партнёров на инфраструктуре лагеря;
- помощь в выстраивании межведомственного взаимодействия и получении административной и ведомственной поддержки.

#### Польза от партнёрства:

появление новых заказчиков/подрядчиков для проведения мероприятий на базе лагеря.

### 3 Органы власти, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные учреждения, образовательные организации

Предложения для сотрудничества/  
предлагаемые продукты:

- инфраструктурная и организационно-техническая база для проведения мероприятий;
- информационная поддержка и продвижение мероприятий, проектов, деятельности.

### 4 Учреждения СПО и ВО с направлениями подготовки по «гуманитарному» профилю (ОРМ, педагогика, психология, социология)

Предложения для сотрудничества/  
предлагаемые продукты:

- площадка стажировки для студентов;
- возможности для неформального образования студентов;
- помощь в проведении исследований молодёжи (предоставление аудитории для исследований и их организационно-техническое сопровождение)





## БАЗОВОЕ КАДРОВОЕ (ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ) ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Рекомендуемое количество ставок — не менее 10 ставок

- Директор — 1 ставка
- Техническая служба (техническое обеспечения лагеря и инфраструктуры, обеспечение норм пожарной безопасности, администрирование информационных систем и ПО, настройка и подготовка оборудования и т. п.) — от 2 ставок
- Медицинская служба / медицинский работник — от 1 ставки.
- Служба охраны и служба безопасности — от 2 ставок
- Отдел по медиа и связям с общественностью (подготовка пресс- и пост-релизов, SMM, подготовка визуальных материалов, подготовка комментариев по требованию, взаимодействие с внешними СМИ и медиаслужбами) — от 1 ставки
- Организационно-методический отдел, организующий стажировку студентов и деятельность вожатых/тьюторов/наставников — от 1 ставки
- Административный персонал (бухгалтер, контрактный управляющий, специалист кадровой службы, документовед) — от 2 ставок
- Служба питания (повара, официанты).
- Водитель.

Водитель, служба питания, часть технических специалистов, часть административного персонала и часть службы охраны и безопасности могут быть вынесены на аутсорсинг или находиться в штате головной (базовой) организации



## ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- коммерческая организация мероприятий для бизнеса, НКО, учреждений, школьных коллективов и т.п.
- прокат аппаратуры, материально-технической базы;
- коммерческая аренда спортивного инвентаря, самокатов, велосипедов и т.п.;
- аренда мест и оборудования для кафе, фастфуда, вендинговых аппаратов.

## ДРУГИЕ ВОЗМОЖНЫЕ ТИПЫ МОЛОДЁЖНЫХ ЦЕНТРОВ И ПРОСТРАНСТВ

- **Молодёжные медиацентры.** Профильные учреждения для создания и производства медиаконтента с соответствующей материально-технической базой.
- **Центры технического творчества.** Профильные учреждения для молодёжи, увлекающейся наукой и техникой, студентов технических специальностей. Подобные центры могут иметь формат технологических коворкингов, которые могут быть полезны для прототипирования продуктов молодёжных технологических стартапов.
- **Молодёжные туристические центры.** Создание центров актуально в территориях с большими туристическими возможностями и с высоким спросом молодёжи на туризм и его развитие.
- **Молодёжные центры экстремального спорта.** Профильные учреждения для занятия экстремальными видами спорта с соответствующей материально-технической базой. Возможно проведение занятий с профессиональными тренерами и педагогами. Актуально для регионов с отсутствием таковой инфраструктуры.
- **Молодёжные центры карьеры.** Могут существовать на базе центров занятости населения. Цель работы учреждения — оказание содействия молодёжи в трудоустройстве, в том числе в летний период, оказание содействия в направлении на стажировку, практику, профориентационная работа, проведение ярмарок вакансий и пр.
- **Центры молодёжного предпринимательства.** Профильное учреждение для оказания содействия и помощи молодым предпринимателям. Может предоставлять консультации по доработке и акселерации бизнес-идей, оформлению бизнес-планов, юридические и финансовые консультации по вопросам открытия и ведения бизнеса, сдачи отчетности и так далее. Может существовать на базе центров «Мой бизнес».
- **Центры молодой семьи.** Профильное учреждение для организации досуга молодых семей, оказания консультационной, организационной, юридической поддержки, оказание психологической помощи и консультаций, работа службы медиации и пр.

## 4. Как взаимодействуют учреждения молодёжной политики и Российское движение детей и молодёжи?

Первичные отделения РДДМ на базе учреждений молодёжной политики и образовательных организаций гармонично дополняют друг друга, позволяют сформировать единую среду, закрывающую потребности молодых людей в личностном развитии и социализации.

### Учреждение молодёжной политики позволяет создать:

- бесшовный переход между разными уровнями образовательной системы
- последовательную траекторию развития социальных навыков, прошивающую все возрасты
- безопасное пространство социальных действий за пределами образовательных организаций
- подключение к современным видам деятельности, с которыми не соприкасается школа

### Гибкость системы молодёжной политики позволяет:

- создавать разновозрастные команды РДДМ по интересам на базе учреждений молодёжной политики
- объединять детей из разных образовательных организаций
- включать школьников в существующие молодёжные и университетские сообщества
- не уходить из движения, когда школьнику исполняется 18 лет
- помогать молодым людям, которые переезжают из региона в регион, не теряться



## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЯЧЕЕК РДДМ В СИСТЕМЕ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ

### УЧАСТИЕ В ЖИЗНИ РЕГИОНА

Школьники включаются в проекты городского развития, становятся соавторами местных праздников, фестивалей, помогают старшим в библиотеках, музеях и других муниципальных организациях.

### ПРОЕКТНЫЙ АКСЕЛЕРАТОР

Соединяет подростков с экспертами и экосистемой поддержки проектных инициатив (Росмолодёжь. Гранты, ведомственные и корпоративные программы).

### ЦЕНТР НАВЫКОВ И КОМПЕТЕНЦИЙ

Тренинги по навыкам, обучение и аттестация по Атласу навыков, школа вожатых (подготовка помощников вожатых для школьных отрядов). Подростки становятся участниками молодёжных форумов и конференций.

### ВОЛОНТЁРСТВО

Предоставляет широкую палитру направлений волонёрской работы и участия в федеральных волонёрских программах. Сотрудничество взрослых лидеров-волонёров и сопровождение их волонёрской деятельности на базе ячеек.

### БИРЖА ЗАКАЗОВ

Выполнение подростками реальных заказов от крупных и небольших партнёров: креативные мастерские по разработке концепций продуктов, тестирование продуктов, событий и государственных сервисов.

### КЛУБНЫЕ СООБЩЕСТВА

Работа клубов по интересам, объединяющих участников всех возрастов вокруг общего увлечения, с системой игрофикации, повышением статуса клуба в движении, системой статусов для участников клуба.

## 5. Что делать, если на территории нет ни одного учреждения молодёжной политики?

### Распределенная модель молодёжного центра как вариант работы в сельской местности

Основные направления молодёжной политики в таких территориях могут реализовываться за счёт выездных сессий в сельскую местность и периодических общемуниципальных сессий в районном центре с участием специалистов молодёжного центра, находящихся в сельских населённых пунктах.

Отсутствие молодёжной инфраструктуры в сельской местности может быть компенсировано размещением молодёжного актива в учреждениях сфер культуры, образования и т. п. При этом муниципальный молодёжный центр выступает в роли координатора деятельности в сельских территориях.



Трансляция молодёжной повестки в сельской местности осуществляется молодёжным активом территории (инициативные группы в сельских населённых пунктах).

Единая повестка для таких инициативных групп создается муниципальным молодёжным центром и доводится до представителей активной молодёжи в процессе проведения периодических собраний молодёжного актива.

Также муниципальным молодёжным центром оказывается необходимая организационная, финансовая и ресурсная поддержка.

Молодёжный актив в сельской местности должен стать полноценным партнёром муниципального молодёжного центра, его представителем в территориях, а также непосредственным субъектом реализации молодёжной политики.

## БАЗОВЫЕ ШАГИ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ЦЕНТРА

### 1

#### ПРОВЕСТИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Прежде, чем открывать молодёжный центр, стоит получить следующую информацию:

- Какова общая численность молодёжи на территории? Каков её возрастной состав? Какие у неё типы занятости (учёба в школе, ссузе, вузе, есть ли молодёжь, которая не работает и не учится и т.п.)
- Какие существуют молодёжные общественные организации, движения и объединения на данном момент в территории? Где они базируются? Кто в них входит?
- Какие существуют учреждения других ведомств, работающих с молодёжью? Какие типы услуг они оказывают? Какие у них направления деятельности? Насколько и среди какой молодёжи они популярны?
- Какие социальные проблемы, касающиеся молодых людей, для данной территории являются наиболее острыми?
- Какие типы досуга популярны среди молодёжи на данной территории?
- Какие дефициты есть у молодых людей?
- Запрос на какие типы поддержки, пространств, форматов работы, досуга есть у молодёжи?
- Кто может стать партнером молодёжного центра и по поводу чего с ними можно выстроить сотрудничество?

2

## ОФОРМИТЬ БАЗОВУЮ КОНЦЕПЦИЮ МОЛОДЁЖНОГО ЦЕНТРА

- Какие направления деятельности будут реализовываться, какие типы продуктов для каких целевых групп должны предлагаться?
- Какие типы функциональных пространств должны быть в молодёжном центре под предлагаемые направления деятельности и продукты?

3

## ВЫБРАТЬ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВУЮ ФОРМУ УЧРЕЖДЕНИЯ И СОБРАТЬ ПАКЕТ ДОКУМЕНТОВ

4

## ОПРЕДЕЛИТЬ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЦЕНТРА, ПРЕДУСМОТРЕТЬ ФИНАНСИРОВАНИЕ НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД

5

## ВЫБРАТЬ ВАРИАНТЫ МЕСТА И ПОМЕЩЕНИЙ, ОПРЕДЕЛИТЬ МЕСТО

До будущего молодёжного центра должно быть легко добраться на общественном транспорте. У помещений должен быть отдельный вход и его должно быть легко найти. Хорошо, если помещения будут соседствовать с парком/сквером/открытыми уличными площадками, на которых можно будет проводить мероприятия в тёплый сезон, устанавливать арт-объекты, оформлять уличные локации и т.п.

6

РАЗРАБОТАТЬ, УТВЕРДИТЬ И ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ В УСТАНОВЛЕННОМ ПОРЯДКЕ РЕГУЛИРУЮЩИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЦЕНТРА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ

7

СФОРМИРОВАТЬ ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ ЦЕНТРА, РАЗРАБОТАТЬ ДОЛЖНОСТНЫЕ ИНСТРУКЦИИ И РЕГЛАМЕНТЫ, ОСУЩЕСТВИТЬ НАБОР СОТРУДНИКОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ КВАЛИФИКАЦИИ

8

ДОРАБОТАТЬ БАЗОВУЮ КОНЦЕПЦИЮ И ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ

- подготовить программу развития центра;
- план мероприятий на текущий год;
- дизайн-проект центра;
- перечень ключевых показателей эффективности.

9

ОРГАНИЗОВАТЬ ОБУЧЕНИЕ/ПОДГОТОВКУ СОТРУДНИКОВ

10

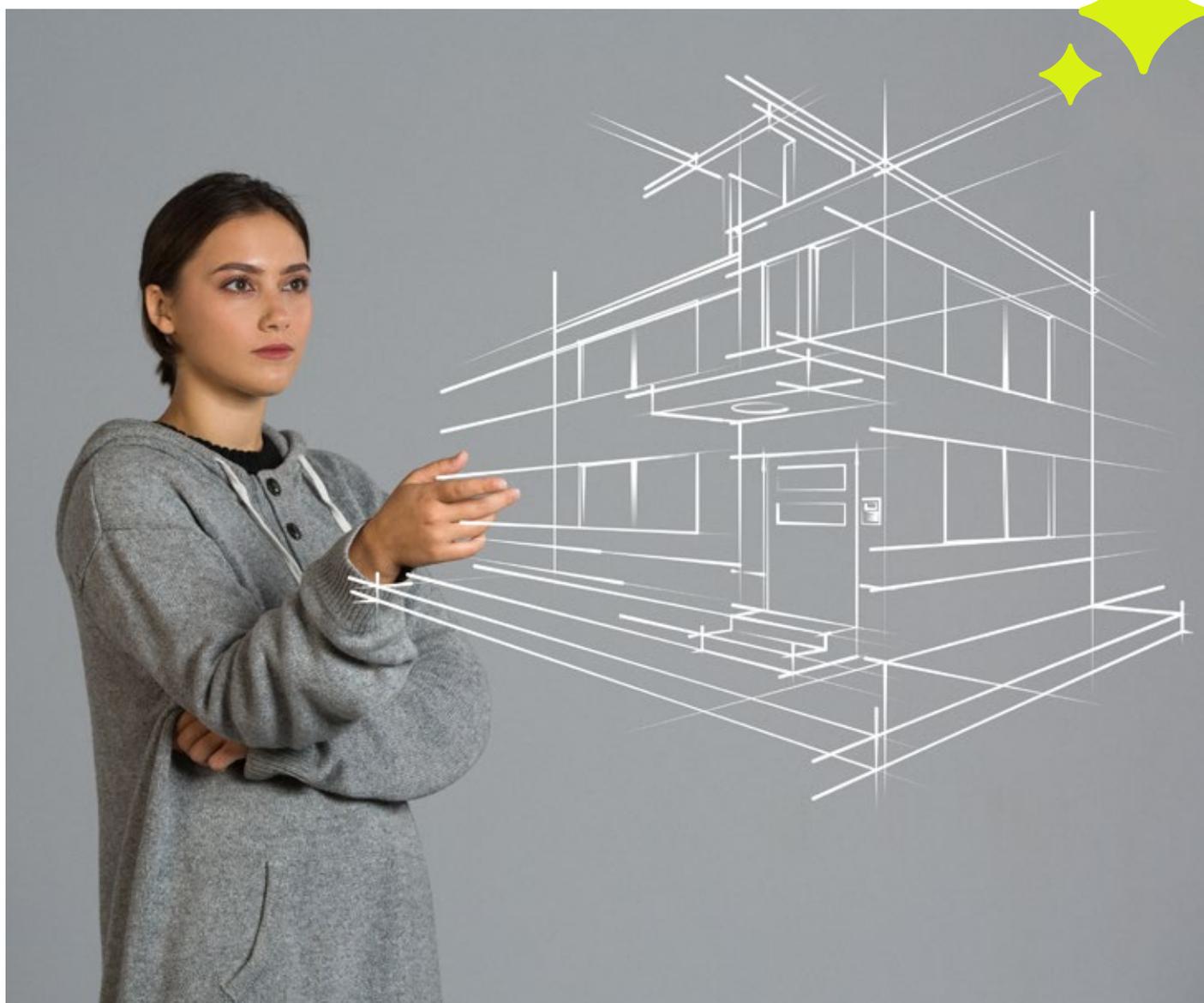
ПРОВЕСТИ ПЕРЕГОВОРЫ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ ПАРТНЁРАМИ, СОГЛАСОВАТЬ ПЛАН СОВМЕСТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С КЛЮЧЕВЫМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

11

ПОДГОТОВИТЬ ИНФРАСТРУКТУРУ ЦЕНТРА, СДЕЛАТЬ РЕМОНТ, БРЕНДИРОВАТЬ ПОМЕЩЕНИЕ, ЗАКУПИТЬ НЕОБХОДИМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ОСНАСТИТЬ ОТКРЫТОЕ ПРОСТРАНСТВО И ДРУГИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЗОНЫ

12

ОРГАНИЗОВАТЬ СИСТЕМНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЦЕНТРА



## 5. Как повысить эффективность учреждения? Чек-лист для самодиагностики и выделения точек роста.

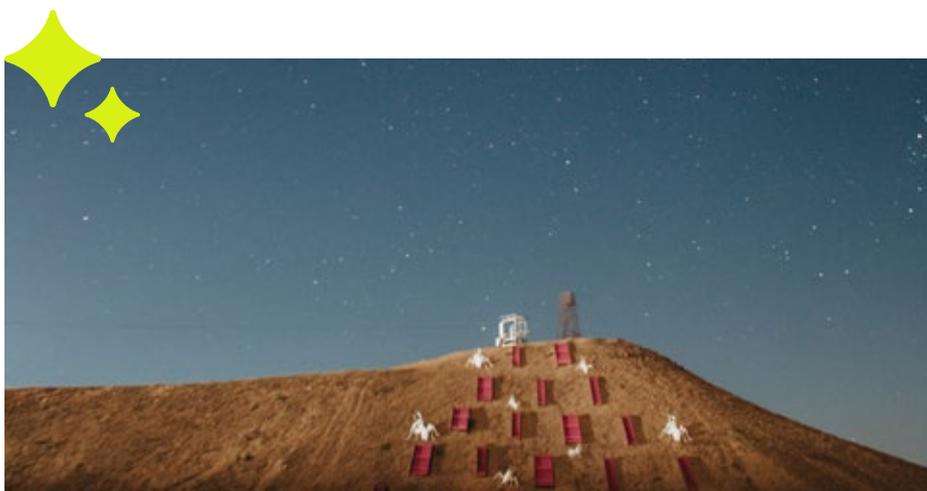
Постарайтесь честно и объективно собрать информацию и ответить на следующие вопросы:

### 1. Охват

- Какой процент молодёжи на вашей территории вы действительно регулярно охватываете вашими мероприятиями и проектами?
- Какой процент молодёжи вы можете назвать своим активом?
- Как можно увеличить охват?

### 2. Целевые аудитории

- Какие целевые аудитории молодёжи регулярно посещают мероприятия и включаются в проекты учреждения, а какие нет?
- Какие потребности и интересы у этих целевых аудиторий?
- Через какие каналы коммуникации можно на них выйти?
- Какие форматы можно предложить этим аудиториям, чтобы заинтересовать?



### 3. Форматы

- Какие форматы, мероприятия, проекты, услуги пользуются популярностью и спросом, а какие нет?
- От чего стоит отказаться из-за не востребоваемости?
- Что и как можно улучшить?
- Какие популярные аналоги/образцы/практики можно адаптировать и внедрить в работу учреждения взамен невостребованных?

### 4. Сообщества

- Появились ли в вашем учреждении «живые» молодёжные сообщества?
- Используют ли молодёжные сообщества ваше учреждение как ресурсную площадку?
- Какие молодёжные сообщества существуют на вашей территории?
- С кем из таких сообществ вы сотрудничаете, а с кем нет?
- Чем и как можно привлечь к сотрудничеству неохваченные молодёжные сообщества?

### 5. Известность и качество услуг

- Собираете ли вы обратную связь от посетителей вашего учреждения, участников мероприятий?
- Проводите ли вы опросы проживающей на территории молодёжи на предмет известности вашего учреждения и отношения к нему?
- Что необходимо предпринять для узнаваемости учреждения, для повышения удовлетворенности предоставляемыми услугами?

## 6. Поддержка молодёжных инициатив

---

- Сколько молодёжных инициатив было реально вами поддержано за прошедший год? Сколько не поддержано и почему?
- Чего не хватает и что можно сделать, чтобы больший процент молодёжных инициатив мог быть поддержан?

## 7. Субъектность молодёжи

---

- Какое количество проводимых вашим учреждением мероприятий и реализованных проектов было инициировано самими молодыми людьми?
- Какое количество сообществ, клубов, прочих постоянно действующих форматов курируется не сотрудниками, а самой молодёжью?
- Какое количество идей и инициатив было заявлено молодыми людьми за последний год?
- Какое количество заявок на гранты подали молодые люди за последний год?

## 8. Методическая оснащённость

---

- Есть ли в учреждении понятный и описанный алгоритм работы с молодёжными инициативами / проектными командами / заинтересованной молодёжью?
- Есть ли в учреждении понятная и согласованная инструкция для подготовки и проведения мероприятия, включая технический райдер?
- Есть ли в учреждении методические описания ключевых практик, проектов, мероприятий?

## 9. Экосистемность

- Насколько эффективно вы работаете с партнёрами?
- Есть ли у вас реестр партнёров?
- Есть соглашения с партнёрами?
- Есть ли у вас совместные проекты с партнёрами из некоммерческого сектора, из числа учреждений других ведомств, из числа органов власти?
- Есть ли у вас совместные проекты с партнёрами из бизнеса?
- Сотрудничаете ли вы с общероссийскими молодёжными общественными организациями, с крупными молодёжными федеральными проектами?
- Открыто ли на базе учреждения первичное отделение Российского движения детей и молодёжи?

## 10. Финансовое развитие

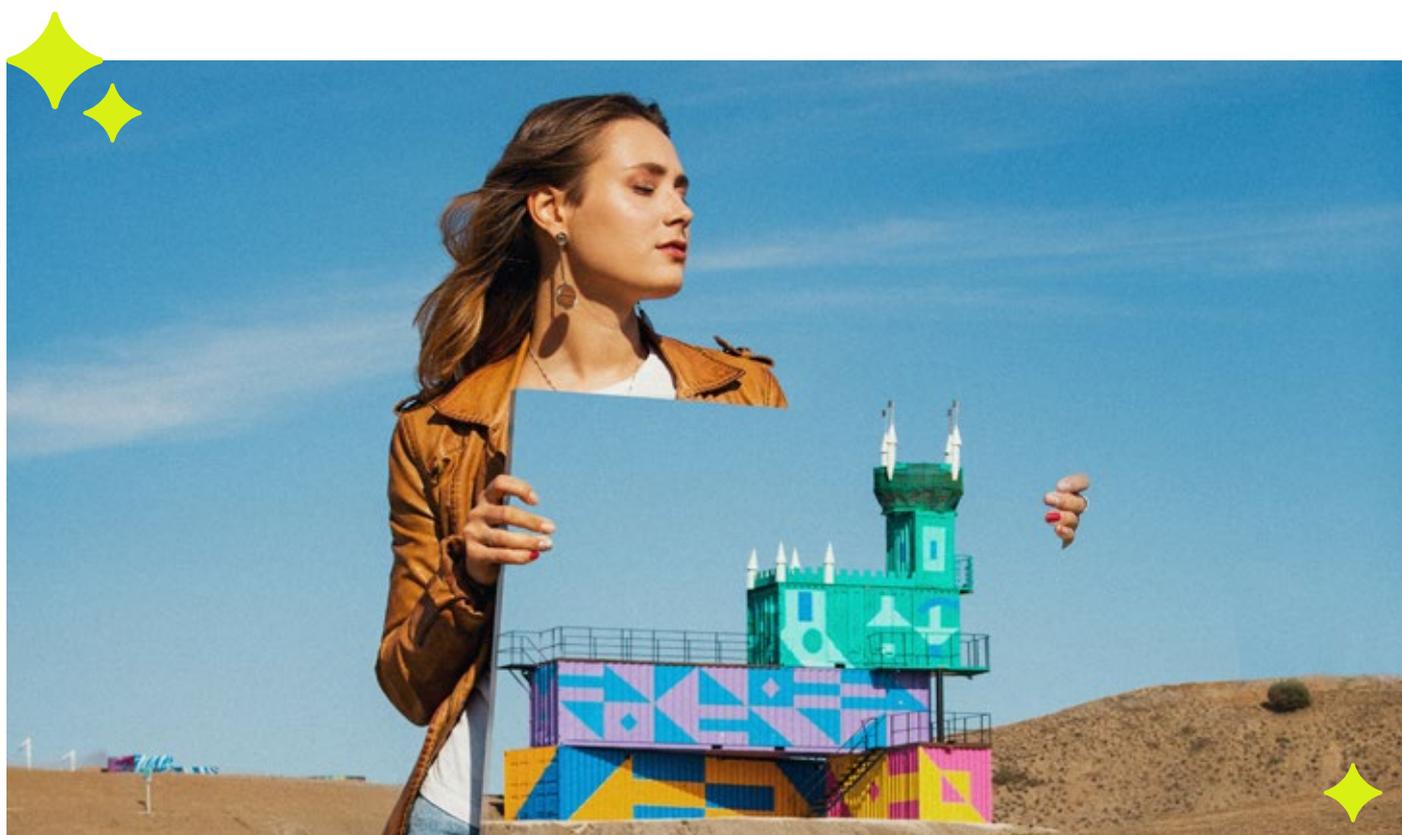
- Какой процент финансирования вы получаете из внебюджетных источников?
- Какой объём грантовых средств вы привлекли за прошедший год?
- Какой объём средств за прошедший год вы смогли получить за счёт коммерческих услуг?



- Есть ли у вашего учреждения отдельная входная группа?
- Есть ли в вашем учреждении зона ресепшена?
- Есть ли в вашем учреждении многофункциональное открытое пространство со свободным доступом для молодых людей?
- Есть ли в вашем учреждении зона свободного досуга для молодых людей? Чем там можно заниматься?
- Есть ли в вашем учреждении место и возможность для приёма пищи?
- Есть ли в вашем учреждении высокоскоростное интернет-соединение, точки доступа wi-fi, которыми могут пользоваться молодые люди?
- Есть ли в вашем учреждении компьютеры/ноутбуки, которыми могут пользоваться молодые люди?
- Есть ли в вашем учреждении оборудованные места для работы сотрудников?
- Есть ли в вашем учреждении пространства для проведения концертов, выступлений, других ярких массовых мероприятий?
- Есть ли в вашем учреждении пространства для работы актива, резидентов?

## 12. Профессиональная оснащённость

- Есть ли у вас кадровый резерв для оперативного закрытия вакантных должностей?
- Все ли ваши сотрудники имеют образование, соответствующее профессиональному стандарту?
- Какой процент ваших специалистов проходил курсы повышения квалификации за прошедший год?
- Какой процент ваших специалистов за прошедший год проходил образовательные курсы другого типа, связанные с их профессиональными задачами?
- Насколько рационально распределена нагрузка между специалистами учреждения?
- Есть ли у сотрудников вашего учреждения перспективы развития? Какие?
- Есть ли у вас база экспертов, не являющихся сотрудниками учреждения, с которыми вы сотрудничаете на регулярной основе и которых привлекаете для ваших проектов и мероприятий?







Учебное издание

**Аверков** Михаил Сергеевич,  
**Бажитов** Николай Викторович,  
**Богомаз** Екатерина Евгеньевна,  
**Вишневская** Екатерина Анатольевна,  
**Каткова** Дина Андреевна,  
**Фаттахов** Дамир Ильдусович

СТАНДАРТ УЧРЕЖДЕНИЯ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Методическое пособие

**Корректоры:**

Анна Протопопова, Дарья Валова,  
Екатерина Тупицына (корректорское бюро «Ёлки-палки»)

**Компьютерная вёрстка:**

Елизавета Герасимова, Сергей Цыганков

**Дизайн обложки:**

Елизавета Герасимова, Сергей Цыганков

Фото предоставлены пресс-службой  
Федерального агентства по делам молодёжи (Росмолодёжь)

Подписано в печать 01.02.2023 г.  
Формат 60x84/4. Печ. л. 10,5. Гарнитура GT Eesti Pro Display.  
Тираж 300 экз. Заказ №\_

Сведения о типографии.





ISBN 978-5-907691-00-1



9 785907 691001 >