



ЛЮДИ И ГОРОДА
РОСАТОМ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

для участников грантового конкурса «Люди и города ЯОК»

Оглавление

1. Общие принципы.....	2
2. Заполнение раздела «О Проекте»	3
3. Заполнение раздела «Бюджет проекта».....	14

1 Общие принципы

1.1. Перед тем, как подать заявку на конкурс:

- Изучите **Положение о конкурсе** для того, чтобы понять: какое направление проекта вы можете выбрать, к какой категории заявителей вы относитесь и по каким принципам эксперты будут оценивать вашу заявку;
- Посмотрите **образовательный курс** для участников грантового конкурса «Люди и города ЯОК», разработанный совместно с экспертами по социальному проектированию.

1.2. Изучите **раздел «Идеи проектов»** на сайте: если у вас уже есть идея проекта – то в разделе вы найдете примеры заполнения заявки, а если идеи нет – то вы можете выбрать понравившийся вам проект и подать его на конкурс (адаптировав информацию на странице под свой город и свои возможности).

1.3. После того, как вы изучили все документы и придумали идею проекта – откройте **шаблон заявки**, и используя данное методическое пособие, заполните все разделы заявки.

1.4. Перед отправкой заявки убедитесь, что собрали необходимый пакет документов:

- заполненная **форма заявки**,
- заполненная форма **бюджета проекта** (Приложение к заявке),
- **заполненное письмо поддержки партнеров** (вставили скан подписанного письма в документ заявки),
- заполненное **согласие родителей на обработку персональных данных** (условие только для участников в возрасте от 14 до 17 лет).

Если у Вас возник вопрос по механике заполнения и подачи заявки, по срокам и условиям участия, пожалуйста, обратитесь к грантовому менеджеру вашего города (контакты [на сайте](#)) или напишите на электронную почту организаторам конкурса org@grant-ludigoroda.ru.

1.5. Заявки принимаются только в период с 1 по 31 августа, все заявки, поданные после 31 августа, не будут приняты к рассмотрению.

2 Заполнение раздела «О Проекте»

При заполнении этого раздела придерживайтесь принципа краткости, простоты и ясности – пишите честно и открыто, как если бы вы рассказывали о своей идее другу. Избегайте стиль коммуникации, который вам не близок, не используйте большое количество терминов или канцеляритов – это не добавляет баллов, но мешает экспертам пробраться через форму к сути.

2.1 Расскажите о своем опыте

В этом вопросе важно показать, что вы знаете и понимаете, как воплотить в жизнь вашу идею после получения гранта. Самым очевидным доказательством этого является ваш опыт – если вы уже делали подобные проекты, у экспертов сформируется понимание, что вы знаете, как поступить и в этот раз. Однако, если опыта нет – не нужно его придумывать, лучше честно рассказать, какие ваши навыки/умения/знания, помогут вам реализовать проект без опыта.

Ответ на этот вопрос должен строиться по принципу:

1. год – название проекта – описание.
2. Навык – связь с проектом – перспективы

Примеры:

1. Я учитель информатики в средней школе. В 2022 году я реализовывал проект «Серебряный возраст» на базе городской библиотеке – проводил курсы для пенсионеров нашего города по цифровой грамотности. Проект был интересен, и я решил к нему вернуться и реализовать подобный в этом году на средства гранта.

2. Я никогда раньше не реализовывала никакие социальные или прочие инициативы. Но у меня есть свой огород, где я выращиваю цветы, овощи и зелень. Каждый день наблюдая за выжженным газоном в своем дворе, я подумала, что могу применить свои навыки в садоводстве с пользой для других, поэтому я решила реализовать экологический проект «Сад во дворе».

2.2. Расскажите о команде проекта

При заполнении этого раздела вам необходимо показать, что вы понимаете, какие человеческие ресурсы нужны для реализации вашей идеи, и вы знаете, где их взять. Команда – это люди, которые вместе с вами отвечают за реализацию проекта – они не участвуют в проекте единоразово (сделал один раз фотосъемку проекта – это не член команды, это партнер), они на постоянной основе ведут свою «часть/работу» в проекте.

Ответ на этот вопрос должен строиться по принципу:

1. Имя Фамилия – роль в проекте – описание функционала
2. Имя Фамилия – роль в проекте – описание функционала
3. И так далее всех членов команды

Пример:

1. Мария Федорова – методист – пишет программу образовательных мастер-классов
2. Анна Иванова – пиарщик – создает аккаунты проекта в социальных сетях и регулярно рассказывает о ключевых событиях проекта, привлекает людей, публикует материалы в СМИ
3. И так далее

Может быть такое, что для реализации вашего проекта вовсе и не нужна команда – например, вы делаете кормушки для птиц и развешиваете их по городу – в таком случае вам нужно показать свою роль в проекте и тщательно описать функционал, чтобы эксперты убедились, что вы адекватно оценили собственную нагрузку.

2.3. Укажите партнеров проекта

Партнеры – это люди/организации, которые оказывают поддержку вашему проекту: предоставляют помещение под мероприятие, рассказывают о вас в СМИ, консультируют по конкретным вопросам и так далее. Партнера от членов команды отличает его эпизодическое участие. Партнеров может и не быть, но в таком случае эксперты могут увидеть недостаточность поддержки для успешной реализации проекта – учтите это при заполнении и постарайтесь показать, что вы знаете, что делать в таком случае.

Важно: партнер – это тот, кто действительно помогает. Не просто пишет официальное письмо с подтверждением, что болеет за вас. Он предоставляет конкретные ресурсы (интеллектуальные, имущественные и другие) для вашего проекта.

Ответ на этот вопрос должен строиться по принципу:

1. Имя Фамилия – описание сути поддержки
2. Имя Фамилия – описание сути поддержки
3. И так далее всех членов команды

Пример:

1. ООО «Ромашка» предоставляют кофемашину для проведения церемонии награждения участников мастер-классов (Письмо, подтверждающее обязательства, оформлено по шаблону – Приложение 1 к заявке и прикреплено внизу заявки в формате png с подписью).

2. ИП Белоусов предоставляет стулья для церемонии открытия – 30 стульев (Письмо, подтверждающее обязательства, оформлено по шаблону – Приложение 1 к заявке и прикреплено внизу заявки в формате png с подписью).

2.4. Выберите направление конкурса

Все проекты, подаваемые на конкурс, должны соответствовать одному из направлений:

1. Образование: развитие, вдохновение, игра (новое выделила желтым)

От новых форматов обучения и научно-популярных мероприятий до инициатив, которые вовлекают детей, подростков и взрослых в процесс обучения. Образовательные проекты повышают доступность и качество образования на всех уровнях: от дошкольного до профессионального и непрерывного обучения.

Цель образовательных проектов:

- Развитие интереса к науке, технологиям и исследовательской деятельности
- Знакомство с профессиями будущего и расширение возможностей профессионального выбора
- Организация доступного дополнительного образования
- Формирование сообщества педагогов, наставников и экспертов

Примеры образовательных проектов:

- Научно-популярные фестивали
- Лекции или мастер-классы
- Научные кружки, STEM-программы
- Мобильные научные шоу

2. Городская среда: инфраструктура и события для жизни

От экологических акций, спортивных мероприятий до фестивалей и семейных праздников, которые делают жизнь в городе ярче, насыщеннее и комфортнее. Проекты в области городской среды способствуют благоустройству общественных пространств, созданию новых точек притяжения для жителей, развивают инфраструктуру и улучшают городскую экологию.

Цель проектов:

- Создание в городе новых комфортных зон отдыха
- Развитие практики участия жителей в жизни города
- Развитие культуры соседства и взаимопомощи
- Развитие культуры здорового образа жизни

Примеры проектов:

- Благоустройство дворов и парков
- Спортивные площадки и соревнования
- Фестивали, концерты, кинопоказы
- Экологические акции, бережное отношение к природе

3. Креативные индустрии: творчество как энергия города

От локальных брендов и мастерских до арт-резиденций, выставок и медиапродуктов. Проекты в области креативных индустрий способствуют развитию местной экономики, вовлекают жителей и молодежь в культурные и креативные практики, стимулируют рост рабочих мест и формируют новый облик территорий.

Цель проектов:

- Популяризация локальной культуры и креативных практик
- Объединение творческих жителей — от музыки до ремесел
- Демонстрация ценности культурного наследия города через события, сторителлинг, дизайн

Примеры проектов:

- Арт-резиденции и лаборатории
- Фестивали и ярмарки местных мастеров
- Пространства для совместного творчества
- Создание продукции с локальным кодом

4. Культура безопасности: бережно к себе и городу

От безопасности в быту и на дорогах до эмоционального благополучия и устойчивости в экстренных ситуациях. Проекты в рамках культуры безопасности обучают жителей правилам поведения в ЧС, развивают культуру безопасного поведения на дорогах, производстве, предупреждают о киберугрозах и других рисков, обучают навыкам первой помощи.

Цель проектов:

- Повысить уровень знаний в области безопасности

- Снизить количество происшествий и несчастных случаев
- Вовлечь жителей в работу по созданию безопасной среды дома, в школах, на рабочем месте

Примеры проектов:

- *Интерактивные квесты и тренинги*
- *Комиксы, видео и игры о безопасности*
- *Программы профилактики буллинга и киберугроз*
- *Курсы первой помощи*

5. 80 лет российскому атому: гордость, вдохновение, мечта!

От новых форматов обучения и научно-популярных мероприятий до памятных выставок и концертов. Проекты, посвященные 80-летию атомной отрасли, сохраняют память о развитии атомной отрасли и ее роли в становлении современной России, поддерживают инновационные и исследовательские проекты, вовлекают молодежь в инженерные и научные профессии.

Цель проектов:

- Память и сохранение истории
- Формирование гордости и идентичности
- Повышение уровня знаний об атомной отрасли среди детей и молодежи
- Стимулирование интереса к инженерным и техническим профессиям
- Укрепление партнерств между предприятием и организациями города

Примеры проектов:

- *Документальные фильмы и подкасты*
- *Выставки, спектакли, концерты, вдохновленные историей*
- *Образовательные мастер-классы, инженерные кружки*
- *Игры, изобретения*

В заявке выберите нужное вам направление, удалив остальные.

2.5. Как называется ваш проект?

Отвечая на этот вопрос, учитывайте, что в случае победы – вы будете видеть название проекта везде: в СМИ, в социальных сетях и даже на брензированной продукции, если такая будет предусмотрена в проекте. Поэтому придумывая «имя» своей идее, придерживайтесь принципа: понятно, эффективно, интересно. Не используйте то, что может вызывать двусмысленные трактования, избегайте англицизмов и

непривычных/сложных для восприятия конструкций. Оптимальная длина для названия проекта: 2–3 слова.

2.6. Где вы будете реализовывать проект?

Для ответа на этот вопрос выберите из предложенного списка – ваш город, тот, в котором вы будете реализовывать проект. Нельзя выиграть грант в Заречном, а реализовать проект в Екатеринбурге. Выбрав нужный город из списка, удалите остальное.

2.7. Какова цель вашего проекта?

Цель – это основное намерение, ради которого реализуется проект. Это ответ на вопрос: какой результат должен принести проект? Что автор изменит проектом? Цель должна быть четкой, достижимой и отражать общественную значимость или вклад в развитие конкретной области/задачи.

Цель должна соответствовать SMART-критериям: быть конкретной, измеримой, достижимой, релевантной, ограниченной по времени.

Ответ на вопрос о цели проекта должен строиться по принципу (проблема + решение = результат):

Какую проблему мы хотим решить и какого результата достичь с помощью грантовых средств?

Примеры:

Создать в библиотеке комфортное и современное пространство для творчества и работы, и тем самым повысить популярность библиотеки среди молодежи.

Помочь в социальной адаптации маломобильным жителям города через создание инклюзивного образовательного пространства.

2.8. Какие задачи нужно решить, чтобы достигнуть цели?

Задачи грантового проекта – это конкретные шаги, которые необходимо выполнить для достижения главной цели проекта. Цель отвечает на вопрос: зачем я это делаю? Задачи отвечают на вопрос: как я это сделаю?

Задачи обязательно связаны с этапами реализации проекта, а значит – их описание должно быть последовательными – например, фотосъемка результатов не может быть первой или второй задачей.

Ответ на данный вопрос должен строиться по принципу:

1. Задача 1

2. Задача 2
3. Задача 3

Заметка: такой подход к описанию задач поможет вам при ответе на вопрос о ключевых этапах проекта, так как этапы – это задачи, к которым указали срок реализации и ожидаемые результаты – это 10 вопросов в заявке.

Пример описания задач проекта:

Цель: *повысить уровень цифровой грамотности среди пожилых людей в городе.*

Задачи:

- *Разработать обучающую программу по основам цифровой грамотности*
- *Обучить 10 волонтеров-преподавателей для работы с пожилыми людьми*
- *Провести 8 обучающих уроков*
- *Собрать и распространить обучающие материалы для самостоятельного обучения*

2.9. Какова целевая аудитория проекта?

Целевая аудитория – это конкретная группа людей, на которых направлены основные действия проекта и кто должен получить прямую пользу от его реализации. Это те люди, которым нужен/поможет/интересен ваш проект.

Целевая аудитория всегда конкретна и детализирована, вы не можете помочь всему городу. Решая одну задачу – вы помогаете конкретной группе. Например, высаживая сад во дворе, вы создаете комфортную среду для жителей двора; организовывая курсы по цифровой грамотности, вы помогаете пенсионерам. Описывая аудиторию, желательно использовать целый ряд характеристик: возраст, пол, география, семейное положение, уровень образования – все, что так или иначе связано с проблемой/запросом, которые решает ваш проект.

Чтобы точно определить свою целевую аудиторию, задайте себе три вопроса:

1. Кто реально получит пользу от проекта?
2. Чью проблему или потребность я решаю?
3. С кем я планирую взаимодействовать в рамках проекта?

Пример:

Проект: курсы по программированию на базе библиотеки

Цель: повысить уровень IT-компетенций среди подростков и молодежи

Целевая аудитория: Молодые люди в возрасте 14-25 лет, не имеющие доступа к качественному IT-обучению, интересующиеся информатикой или планирующие трудоустройство в этой сфере.

2.10. Какие проблемы целевой аудитории решает проект?

Проблемы целевой аудитории – это трудности/запросы/интересы/потребности людей, которые призван решить проект. При описании проблемы целевой аудитории важно ответить на вопрос: В чем конкретно заключается проблема? Почему люди не могут решить ее самостоятельно?

Важно! Проблема – условное наименование, запрос не обязательно должен идти от «негатива», например, создание фестиваля, открытие школы танцев – это тоже ответ на запрос аудитории - на разнообразный досуг в городе, нет проблемы – есть желание и интерес.

Чем лучше вы понимаете проблему/запрос целевой аудитории, тем больше вы покажете экспертам свою погруженность в проект: что вы понимаете ситуацию, знаете, с кем работаете, предлагаете реальное и полезное решение.

Примеры:

1. Пенсионеры не могут свободно пользоваться компьютером, потому что не умеют, а также потому, что только 20% пенсионеров в городе имеют собственный ПК.

2. Подростки не любят проводить время в библиотеке, потому что испытывают там скуку, им не хватает ярких и интересных мероприятий, игр, мастер-классов, возможностей для реализации своего творческого потенциала.

Важно! Старайтесь в описании проблемы быть точным – например, если указываете цифры, ссылайтесь на источник, откуда вы их взяли.

2.11. Коротко опишите проект: каким он будет?

Описание грантового проекта — это краткое, понятное и убедительное представление вашей идеи, отвечающее на четыре ключевых вопроса: что вы хотите сделать? Для кого вы это делаете? Зачем? Как?

Описание проекта должно строиться по следующему принципу:

- Описание реальной проблемы – одно предложение, например, в нашем городе отсутствует кинотеатр – жители могут смотреть кино только дома.
- Подтверждение проблемы и выход на ЦЕЛЬ проекта: Опрос в социальных сетях показал, что жители города с радостью бы проводили выходные дни или вечера в кинотеатре, потому что это способ разнообразить досуг и весело провести время с семьей и друзьями.
- Описание решения проблемы: для этого мы решили открыть в городе кинотеатр под открытым небом – это оптимальное решение, которое позволит при минимальных ресурсах запустить кинотеатр уже через месяц – в летнее время. А после оценки интереса и вовлеченности жителей, пересмотреть формат проекта в сторону его всесезонности.

Советы по стилю:

- Избегайте канцелярита, повторов, избыточной оценочности и метафор
- Пишите простым языком, которым говорите с близкими, приводите в пример цифры и реальные факты
- Делайте большие акцент на общественную значимость, практичность и реализуемость проекта.

2.12. Укажите срок реализации проекта?

Укажите период реализации проекта в формате ДД.ММ.ГГГГ-ДД.ММ.ГГГГ. Важно – проект должен быть завершен не позднее 30.11.2026. До этого срока вы можете завершить проект в любой момент после получения гранта.

2.13. Укажите основные этапы реализации проекта?

Этапы реализации проекта – это конкретные шаги, которые вы предпримите для того, чтобы воплотить задуманное. Этапы напрямую связаны с задачами проекта (вопрос 5 заявки). Для заполнения данного раздела вам необходимо взять задачи и дополнить сроками и ожидаемыми результатами, вы также можете детализировать задачи – показав, что одна задача состоит, например, из нескольких этапов, у каждого из которого свой срок.

Примеры:

1. Информационное сопровождение мероприятия (задача), срок реализации: ноябрь-декабрь 2025 г. Результаты: через социальные сети на мероприятия проекта привлечено более 200 человек, через публикацию релиза в СМИ к проекту привлечено внимание органов власти (цитата главы города в релизе про проект).

2. Можно детализировать задачу «информационное сопровождение мероприятий»: запуск ТГ-канала, создание сообщества проекта Вконтакте, запуск таргетированной рекламы, составление медиаплана, размещение релиза в СМИ, проведение фотосъемки мероприятия и так далее.

2.14. Как вы планируете рассказывать о проекте в городе?

Для того, чтобы о вашем проекте узнали, как минимум, те, на кого он направлен, а как максимум, и более широкая аудитория, необходимо предусмотреть план коммуникационного сопровождения проекта. Для этого необходимо ответить на 4 вопроса:

- Кому я буду рассказывать о своем проекте?
- Что я буду рассказывать
- Где я буду это рассказывать?
- Как я буду это рассказывать?

На первый вопрос вы отметили в 6 вопросе заявки, когда описывали целевую аудиторию проекта. Однако для коммуникаций ЦА может уточниться – например, ваша целевая аудитория малыши в возрасте 5–8 лет. Сложно взаимодействовать с ними через СМИ или социальные сети, поэтому в коммуникациях необходимо «общаться» с их родителями.

После того, как вы определили целевую аудиторию – важно понять, о чем вы будете говорить. О ключевых событиях, о героях своего проекта и так далее.

Следующий шаг – выбрать, где вы будете размещать информацию – это напрямую зависит от того, что читает/смотрит ваша ЦА: социальные сети, Телеграм-канал, онлайн СМИ и печатные газеты.

В финале, важно понять – как вы будете размещать информацию: будете публиковать релиз, возьмете дизайнера и будете делать креативные посты ВКонтакте или другой вариант.

Пример того, что может получиться, если собрать всю информацию воедино:

Проект: открытие кофейни на территории библиотеки

Целевая аудитория: подростки, молодежь, фрилансеры

Распространение информации: в СМИ новость об открытии кофейни с цитатой автора проекта и директора библиотеки, создание страницы кофейни ВКонтакте и Телеграм-канала – публикация постов о работе кофейни ежедневно. Все события, происходящие в кофейне, будут публиковаться на страницах кофейни в социальных сетях (мастер-классы, творческие встречи и прочее). Для подготовки и размещения информации в команде проекта есть копирайтер Мария Иванова, фотограф Петр Дудин и SMM-специалист Коля Михайлов.

2.15. Опишите риски проекта и варианты их решения?

Ваше умение описать потенциальные риски проекта показывают экспертам, что вы понимаете, с какими трудностями можете столкнуться и знаете, как их преодолеть.

Риски могут быть различными:

- Организационные: не хватило персонала, не приехало вовремя оборудование
- Финансовые: непредвиденные расходы, инфляция
- Технические: поломка оборудования, отказ работы ПО
- Социальные: отсутствие интереса или негативная реакция со стороны ЦА
- Природные/форс-мажор: изменчивость погоды, пожары, наводнения и пр.

Важно: не преувеличивайте и не занижайте риски, обязательно указывайте меры реагирования, не описывайте слишком много рисков (более 5–7).

Ответ на данный вопрос в заявке должен строиться по следующему принципу:

1. Риск = подход к его решению
2. Риск = подход к его решению

Пример описания рисков:

Проект: Открытие летнего кинотеатра под открытым небом

1. Плохие погодные условия (дождь). Решение: будет куплен купольный навес, который будет устанавливаться в случае плохой погоды
2. Низкий интерес со стороны жителей. Решение: организовать опрос на популярной городской странице в социальных сетях с выбором фильма на совместный просмотр в ближайшие выходные – за счет личного вовлечения жителей и совместного выбора картины интерес к проекту увеличится.

2.16. Планируете ли развивать проект после завершения гранта?

В данном блоке необходимо честно и лаконично рассказать о ваших дальнейших планах – вы планируете завершить его, как закончатся средства гранта? Или найдете ресурсы для его продолжения и развития?

Если вы выбираете второй вариант, то обязательно покажите на фактах, за счет каких ресурсов проект продолжит существование и как он может трансформироваться.

Пример:

Проект: запуск школы танцев «Буги-вуги»

План развития: после завершения гранта планируем запускать платные занятия и организовывать мастер-классы, чтобы покрывать операционные расходы, и будем участвовать в грантовом конкурсе Росмолодежи, чтобы выиграть грант на приобретение новых костюмов и ремонта в танцевальном зале.

2 Заполнение раздела «Бюджет проекта»

Раздел «Бюджет проекта» состоит из трёх частей:

1. Запрашиваемый грант
2. Собственное софинансирование
3. Партнёрское софинансирование

В бюджете важно показать обоснованность, реалистичность и прозрачность трат. Все позиции должны быть логично связаны с задачами и этапами проекта.

Ключевые принципы заполнения раздела:

- Цепочка обоснования: каждая статья расходов = конкретная задача в проекте = ожидаемый результат.
- Точность расчётов: для всех расходов — указать единичную стоимость, количество, ссылку на источник цены или КП.
- Баланс: избегай слишком большого веса одной статьи (например, "мероприятие" — 90% бюджета).
- Честность: не занижай расходы искусственно — эксперты это видят.

На основе формы и методички, добавьте следующие статьи (если они уже есть в проекте)

Статья	Когда нужна
Оплата труда специалистов (ГПХ, самозанятые)	Ведущие, кураторы, методисты, дизайнеры, фасилитаторы и др.
Маркетинг и PR	SMM, реклама, медиаплан, фото/видео, продвижение
Разработка и печать материалов	Методички, афиши, наклейки, блокноты и т.п.
Закупка оборудования	Если нужен ноутбук, проектор, колонки, инструменты
Аренда помещений	Если у партнёров нет безвозмездной поддержки
Транспорт и логистика	Билеты, доставка оборудования, командировки
Проживание и питание	Если участники из других городов или смены длительные
Разработка сайта / техническая поддержка	Если сайт – отдельная часть коммуникации
ПО / лицензии	Если проект связан с цифровыми продуктами
Иные услуги	Все, что не влезло в стандартную категорию — но обоснуй
Собственный вклад (софт, труд, время, имущество)	Пропиши и оцени по региональным ставкам, если релевантно

На что обращают внимание эксперты:

- Расходы соответствуют этапам проекта
- Есть обоснование каждой статьи
- Указаны реалистичные цены и подтверждения (ссылки на сайты, КП)
- Видно, что деньги не уходят «в воздух» (нет неясных или общих формулировок типа «услуги»)
- Пропорция собственных средств и партнёрской помощи — реалистична, но не подменяет грант

Рекомендации по формулировке:

Неудачно: «Канцелярия — 15 000 руб.»

Лучше: «Канцелярские принадлежности (флипчарты, маркеры, бумага для печати материалов, папки для участников мероприятий) — 5 комплектов × 3 000 руб. = 15 000 руб. Подтверждение: wildberries.ru/product/xxxx»