

РОСЖЕЛДОР
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный университет путей сообщения»
(ФГБОУ ВО РГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по воспитательной
работе и социальному развитию

Е.Г. Шепилова



« 27 » февраля 2016 г.

Положение

**о проведении конкурса волонтерских акций «1000 добрых дел»,
в рамках межфакультетского фестиваля-конкурса
«Студенческая весна-2016»**

1. Общие положения

1.1. Межфакультетский конкурс волонтерских акций «1000 добрых дел» (далее – Конкурс) проводится с целью вовлечения студентов, в волонтерскую деятельность, развитие и поддержку молодежных инициатив, направленных на решение социально-значимых проблем.

Справка:

Акция (лат. actio) – действие, направленное на достижение какой-либо цели. В зависимости от поставленных целей акции можно условно классифицировать на несколько видов:

- благотворительные,
- протестные,
- в поддержку чего-либо.

Что отличает акцию от других форм массовых мероприятий?

Акция – это вовлечение (движение, действие), умение создать событие для достижения поставленной цели.

Акция – это должно быть ярко!

Акция – это большое комплексное мероприятие, продолжительность которого зависит от поставленных задач.

Чтобы придать важность акции, получить от нее не только общественный резонанс, но, прежде всего, эффективный результат, необходимо четко продумать цели, содержание и организацию проводимых в рамках акции мероприятий. Для этого необходимо:

1. Понимание, каким должен быть результат (четкая цель – четкий результат);
2. Четкий сценарий (программа) с задачей для каждого участника и кульминационным событием в ходе акции;
3. Яркий формат (удачное название, лозунг, необычная атрибутика, яркое действие и пр.);
4. Привлечение партнеров на взаимовыгодной основе;
5. Реклама мероприятий, информационная поддержка, в том числе и СМИ;
6. Состязательность (конкурсы, турниры);
7. Использование современных средств общения (Интернет, мобильная связь и т.п.);
8. Поощрение участников акции и демонстрация ее итогов.

Пошаговое создание акции:

Шаг № 1. Определение информационного повода

Повод для акции может быть любой:

- значимая (юбилейная) календарная дата: политическая, историческая, литературная и др. (в масштабах страны, региона, города и т.п.); ведущая тема года;
- значимое событие в стране, мире (новый законопроект, выборы и др.);
- проблема, волнующая всех (экология, наркомания, СПИД, нацизм и др.);
- проблема, волнующая отдельные категории населения: студентов, педагогов, родителей и др.;
- проблема учреждения.

Иногда информационный повод находится на поверхности – освещается во всех СМИ, тревожит умы населения, активно обсуждается.

Шаг № 2. Определение целевой аудитории

Определение главных участников акции очень важно. От этого зависит разработка всей программы акции. Чем конкретнее целевая группа, тем нагляднее и эффективнее может быть полученный результат акции.

Шаг № 3. Ключевые моменты акции

Определение ключевых моментов планируемой акции: что есть, что планируется, какие есть ресурсы, кто участники, на кого рассчитана акция, какие ожидаются результаты и т.п. Все эти моменты очень важны и должны быть конкретны.

Шаг № 4. Составление плана

Он включает:

- определение темы акции;
- определение цели и задач акции;
- название, девиз;
- определение даты (место, время) проведения;
- распределение и закрепление ответственных за акцию;

- составление списков организаторов, участников, приглашенных гостей;
- рассылка пресс-релизов, привлечение СМИ;
- подготовка атрибутов акции;
- подготовка и тиражирование печатной продукции (плакаты, закладки, буклеты и пр.);
- определение сметы акции.

Шаг № 5. Написание сценария (программы) акции

Поскольку акция – это большое и яркое комплексное мероприятие событийного характера, то в сценарии должно быть ключевое событие: театрализованное действие, красочное шествие, концерт, игра-шоу и т.п.

Сценарий (программа) акции по насыщенности мероприятиями зависит от ее цели. От цели зависит и продолжительность акции.

Шаг № 6. Проведение акции

В акции необходим один координатор (модератор, ведущий, организатор – тот, кто знает ответы на все вопросы и ведет всю акцию). Организатор должен знать все варианты проведения акции при непредвиденных обстоятельствах:

А что делать, если будет плохая погода?

А что делать, если участников будет меньше, чем планируется?

А что делать, если не хватит средств, призов? и т.д.

Шаг № 7. Анализ акции

По завершении акции обычно готовится итоговый отчет, включающий в себя следующие важные компоненты:

- ход мероприятия в целом;
- наиболее удачные моменты и недостатки, а также трудности, с которыми пришлось столкнуться при организации мероприятия;
- общую эффективность мероприятия;
- отклики в СМИ на проведенную акцию;
- отзывы участников акции.

Такой анализ поможет сделать выводы, уроки и рекомендации, которые необходимо учесть при составлении последующих мероприятий. А самое главное – удалось ли донести ту ключевую мысль, идея которой вкладывалась в акцию. Ведь, по сути, смысл любой акции – это возможность и умение донести свое видение проблемы через различный сюжет, действие, используя определенные формы, механизмы, последовательность действий.

Умение создавать акции заключается в умении сочетать форму и содержание. В этом заключается основной алгоритм акции: СОДЕРЖАНИЕ – ЧТО?; ФОРМА – КАК?

1.2. Организаторами конкурса являются факультет «Дорожно-строительные машины» и Управление воспитательной работы.

1.3. Для проведения конкурса создается оргкомитет, который осуществляет информационное обеспечение, проводит отбор участников,

готовит предложения по составу жюри и выполняет другую работу, связанную с проведением конкурса.

1.4. Основные понятия, используемые в Положении:

1.4.1. **Социально-значимые проблемы** – вопросы и ситуации, охватывающие все стороны жизни людей, от решения которых зависит социальный прогресс человечества и сохранение нравственных ценностей в обществе;

1.4.2. **Добровольческая инициатива** – деятельность, направленная на решение социальных проблем в обществе.

2. Основные цели задачи Конкурса

2.1. **Цель** – формирование у студентов активной жизненной позиции, социального опыта, навыков решения социальных проблем путем организации и проведения профилактических мероприятий, умение обеспечить позитивный настрой в ходе проведения массовых молодежных акций, направленных на выявление ими деклараций социальных аспектов жизнедеятельности молодежи.

2.2. **Задачи:**

- вовлечь студентов в полезную деятельность;
- популяризировать добровольческих инициатив;
- дать возможность участникам выразить себя и зарядиться эмоционально, самоутвердиться в позитивном взаимодействии;
- получить через совместную деятельность положительный опыт, умение сотрудничать с представителями разных культур и вероисповеданий;
- научить молодых людей находить точки соприкосновения, которые их объединяют.

3. Порядок проведения и участники Конкурса

3.1 Участниками конкурса могут быть учащиеся, студенты и аспиранты университета, лица и техникума.

3.2 Время проведения – не более 5 минут.

3.3 Тематика представляемого мероприятия разрабатывается представителями факультетов (количество участников определяется организаторами).

3.4. Акция проводится только на территории РГУПС.

3.5 Подача заявок на проведение мероприятия с 09.03.2016 г. по 31.03.2016 г. Проведение с 10.03.2016 г. по 08.04.2016 г.

3.6 От каждого факультета представляется не менее одной акции.

3.7 Прием конкурсных работ осуществляется с по эл. адресу: gsm_dsm@rgups.ru

3.8 Для участия в Конкурсе подаются следующие материалы:

- заявка на участие (приложение 1);

– список организаторов акции (баллы начисляются за количество организаторов);

– пояснительная записка с описанием проведения волонтерской акции, сопровождаемая титульным листом.

3.9 Во время проведения акции «оператор» производит фиксацию мероприятия на видео камеру или фотоаппарат (желательно с того ракурса, с которого хорошо все видно).

3.10 Видеоотчет предоставляется ответственному за проведение мероприятия в виде видеоролика (в формате mp4) или фотоотчета.

3.11 Заявки и материалы, поступившие на Конкурс после установленного срока, не рассматриваются.

3.12 Предоставленные на Конкурс заявка и материалы не рецензируются и не возвращаются.

4. Требования к содержанию, оформлению, критерии оценки, представленных на Конкурс работ

4.1 Пояснительная записка должна включать разделы:

- актуальность выбранной темы;
- цели и задачи;
- форма реализации проекта;
- результаты, планируемые к достижению в ходе реализации;
- заключение (вывод);
- приложение.

4.2 В работе необходимо указывать ссылки на использованные нормативные правовые акты.

4.3 Не допускается плагиат – использование заимствованного текста, не оформленного в качестве цитаты (кавычки и ссылка на источник).

4.4 Пояснительная записка: объем не более 5 стр. (не включая списки использованных источников); шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – 1,0; поля – 2,5 см.

4.5 Критериями оценки конкурсных работ являются:

Актуальность поставленной проблемы, новизна (значимость на уровне учреждения, района, города, страны) – от 0 до 3 баллов;

Практическая значимость предлагаемого проекта (на уровне учреждения, района, города, страны) – от 0 до 5 баллов;

Аргументированность проводимого анализа, выводов, практическая значимость проекта, перспективы его развития – от 0 до 3 баллов;

Оригинальность подходов в раскрытии темы, обоснованность суждений – от 0 до 3 баллов;

Сопоставление различных позиций, аргументированность предлагаемых решений, логичность выводов – от 0 до 3 баллов;

Взаимодействие в реализации проекта, его социальная значимость – от 0 до 2 баллов;

Качество видеотчета, текстовой информации: композиция, содержательность, оправданность подходов, аргументированность, убедительность – от 0 до 5 баллов;

Демонстрация эффективности проведенной акции, оригинальность изложения – от 0 до 3 баллов.

4.6 Победителем Конкурса является проект акции, набравший наибольшее количество баллов.

4.7 Работы участников не возвращаются.

5. Подведение итогов Конкурса

5.1. По результатам Конкурса, призерам, занявшим 1-3 места, вручаются дипломы победителей.

5.2 Видео и фотоотчеты о лучших акциях будут размещены на сайте ФГБОУ ВО РГУПС.

6. Дополнительные сведения

6.1. Консультации по всем вопросам участия в конкурсе будут осуществляться на факультете «Дорожно-строительные машины». Контактный телефон: 8(863) 272-65-91.

Заявка

Тема	Форма проведения	Предполагаемая дата	Время проведения	Место проведения	Контакты ответственного (e-mail, тел.)