

Образовательная программа «Основы социального предпринимательства»

В декабре 2014 года в Калуге будет реализовываться большая образовательная программа по тематике «Основы социального предпринимательства».

Целью проведения программы является получение представителями субъектов малого и среднего предпринимательства, а также представителей социально ориентированных некоммерческих организаций Калужской области знаний по вопросам социального предпринимательства и навыков ведения деятельности в области социального предпринимательства.

Формат образовательной программы включает как образовательно-информационные блоки в виде интерактивных семинаров, вебинаров, так и интерактивные бизнес тренинги для освоения практических навыков.

Ведущий эксперт образовательной программы: **Владимир Вайнер**, директор Фонда медиапроектов и социальных программ Gladway, креативный директор Центра рекламных исследований Grand Prix, один из ведущих специалистов в России по вопросам развития социального предпринимательства.

Ведущий бизнес тренер образовательной программы: **Виталий Матросов**, президент Фонда «Стратегия», управляющий партнер группы компаний «Консалтинговые Системы», член Международной сети тренеров-консультантов по вопросам управления Университета Джонса Хопкинса, имеющий опыт проведения более чем 1000 деловых тренингов и семинаров в России, СНГ и Восточной Европе.

Тематические модули образовательной программы:

Вебинары:

- 9 декабря 2014 **Что такое социальное предпринимательство?**
15:00 – 18:00
- 10 декабря 2014 **Формы поддержки социального предпринимательства в России.**
15:00 – 18:00
- 11 декабря 2014 **Бизнес-модели социального предпринимательства.**
15:00 – 18:00

Интерактивные бизнес тренинги:

- 16 декабря 2014 *Маркетинг и организация деятельности социального предприятия: Основы социального маркетинга.*
- 17 декабря 2014 **Социальные проекты и услуги как основа организации деятельности. Основы разработки проектов и услуг. Основы привлечения ресурсов для реализации проектов.**
- 18 декабря 2014 *Навыки управления социальным предприятием: Принятие управленческих решений. Эффективное управление своим временем.*
- 22 декабря 2014 **Эффективное деловое общение.**
- 23 декабря 2014 *Продвижение социального предприятия: Основы PR, GR и рекламы в деятельности социального предприятия. Навыки проведения информационных и промо-кампаний.*
- 24 декабря 2014 **Эффективные переговоры.**

Участие в образовательной программе для представителей малого и среднего бизнеса, а также социально ориентированных некоммерческих организаций, относящихся к сфере социального

предпринимательства – **бесплатное!**

В связи с ограниченным количеством мест - участие в мероприятиях образовательной программы строго **по предварительной регистрации.**

Зарегистрироваться для участия в программе можно по адресу: <http://vit.la/kaluga-sp2014>

Место проведения вебинаров и тренингов – **Лофт «Циолковский»**, старинный лофт в самом центре Калуги, включающий тайм кафе (антикафе), коворкинг, лекторий, мастерские, студии, офисы творческих предпринимателей, концертное и галерейное пространство.

Адрес: **г. Калуга, ул. Театральная, 9** (вход через арку за памятником К. Э. Циолковскому)

Контакты для справок:

e-mail: training@matrosov.pro

тел.: (4842) 59-57-46

+7 (903) 636-57-46

+7 (910) 708-88-33

Подробная тематика образовательной программы «Основы социального предпринимательства»

Программа интерактивных семинаров или вебинаров (концептуально-технологическая часть курса):

1. Подходы к определению социального предпринимательства.

- История появления определения социального предпринимательства.
- Мировая практика определения социального предпринимательства.
- Российские подходы к определению социального предпринимательства и действующее правовое регулирование.
- Практический опыт самоопределения предпринимателей как социальных предпринимателей.
- Ключевые проблемы, связанные с российским статусом определения социального предпринимательства.

2. Формы поддержки социального предпринимательства в России.

- Действующее законодательство области социального предпринимательства.
- Современные тенденции законотворчества в области социального предпринимательства.
- Ведомственные нормативные документы в области социального предпринимательства.
- Ключевые формы поддержки социального предпринимательства (для СОНКО, малого и среднего бизнеса, частных инициатив).
- Специфика территориальной поддержки социального предпринимательства.

3. Бизнес-модели социального предпринимательства.

- Ключевые подходы к бизнес-моделям социального предпринимательства в мировой практике.
- Модели социального предпринимательства, рекомендованные в России (МЭР РФ и другими).
- Бизнес-модели социальных предприятий, субъектов малого и среднего бизнеса.
- Бизнес-модели социальных предприятий СОНКО.
- Перспективы развития форм и моделей функционирования и развития социальных предприятий.

Программа интерактивных бизнес тренингов (прикладная, формирующая компетенции, практическая часть курса):

1. Маркетинг и организация деятельности социального предприятия.

Основы социального маркетинга.

- Что такое социальный маркетинг.
- Зачем необходим социальный маркетинг.
- Связь социального маркетинга с разработкой проектов, привлечением средств и т.п.
- Социальный маркетинг и реализация социальных инициатив.
- Возможные “рыночные ниши” для инициативы.
- Описание продукта (проекта, услуги и др.).
- Анализ внешних и внутренних условий продвижения продукта на рынке.
- Маркетинговые исследования: роль, функции и технологии.
- Постановка маркетинговых целей.
- Разработка стратегии продвижения продукта.

Социальные проекты и услуги как основа организации деятельности. Основы разработки проектов и услуг.

- Технологии экспертизы проектных идей (выбора наиболее эффективных и реализуемых проектных идей перед их запуском).
- Трех-уровневое планирование изменений, достигаемых в результате выполнения проекта (“Project Log-Frame”).
- Технология разработки проекта.
- Разработка и описание социальных услуг.

Основы привлечения ресурсов для реализации проектов.

- Основы привлечения инвестиционных ресурсов, основы фандрайзинга.
- Модель фандрайзинг-замысла, инвестиционного замысла.
- Структура фандрайзинг-модели, инвестиционной модели.
- Разработка фандрайзинг-замысла, инвестиционного замысла. Анализ эффективности фандрайзинг-замыслов, инвестиционных замыслов.

2. Навыки управления социальным предприятием.

Эффективное деловое общение.

- Проблемы коммуникации.
- Модель коммуникации, типовые коммуникативные роли.
- Психологические основы коммуникации.
- Навыки эффективной коммуникации.
- Навыки презентации.
- Навыки активного слушания.
- Навыки получения и подачи «обратной связи» в ходе коммуникации.
- Основы невербальной коммуникации: интерпретация мимики и жестов.

Принятие управленческих решений.

- Что такое «управленческое решение»?
- Методы и технологии принятия управленческих решений.
- Техники ситуационного анализа.
- Техники и приемы анализа и решения проблемных ситуаций.
- Техники и приемы группового принятия управленческих решений, техники генерации и выбора альтернатив.
- Техники и приемы реализации управленческих решений.

Личная эффективность управленца.

Основы системы эффективного управления своим временем.

- Концепция управления своим временем и концепция «Тайм-менеджмента».

Базовые принципы управления своим временем.

- Понятие «хроно-фагов» (пожирателей времени), внешние и внутренние причины потери

- времени, понятие стоимости и альтернативной стоимости времени
- Расстановка приоритетов в деятельности, Матрица Эйзенхауэра.
 - Понятие «срок» и принципы соблюдения сроков.
 - Постановка целей и задач (принципы ИКС, SMART и т.п.).

Планирование деятельности и времени

- Варианты систем планирования деятельности (классические, GTD-методология и др.).

3. Продвижение социального предприятия.

Основы PR (организации связей с общественностью) и рекламы в деятельности социального предприятия.

- Что такое PR, реклама, социальная реклама? Функции PR, рекламы, социальной рекламы.
- Коммуникация как основа деятельности по продвижению.
- Технология разработки и проведения информационных и промо-кампаний.
- Разработка продвигаемого имиджа, образа, идеи.
- Методы анализа представлений, отношений, поведения целевых групп.
- Реализация стратегии промо-кампании.
- Основы работы со СМИ в продвижении деятельности.
- Примеры эффективной социальной рекламы.

Навыки проведения информационных и промо-кампаний.

- Навыки публичной презентации.

Основы GR (построения отношений с государственными и муниципальными структурами) деятельности социального предприятия.

- Основы GR и концепция «социального партнерства».
- Методология и технологии GR и построения социального партнерства.

Эффективные переговоры в продвижении социального предприятия.

Переговорный процесс: *основные этапы переговоров, задачи и действия на каждом этапе:*

- Установление контакта, создание атмосферы, привлечение внимания.
- Анализ, "разведка" ситуации партнера.
- Обсуждение предмета переговоров.
- Работа с возражениями.
- Завершение переговоров.

Подготовка и планирование переговоров: *что включает в себя подготовка к переговорам и как она проводится:*

- Составляющие подготовки к переговорам.
- Схема подготовки к переговорам.

Специфика проведения переговоров с различными структурами.

- Интересы и мотивы различных структур – бизнеса, государственных и муниципальных органов, СМИ, НКО.
- Специфика переговоров с представителями различными структур.