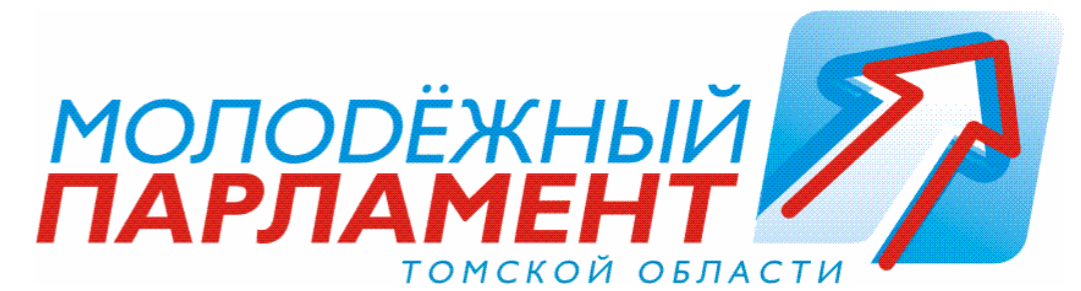


**МАТЕРИАЛЫ
К VII СОБРАНИЮ
МОЛОДЕЖНОГО ПАРЛАМЕНТА
ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

26 СЕНТЯБРЯ 2008 ГОДА



СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация к Городской целевой программе «Внешнее позиционирование города Томска»	7
Проект «Молодежный медиа-центр»	10
Информация о межвузовском студенческом бизнес-инкубаторе «Дружба»	22
Проект «Информационные доски Молодежного парламента Томской области»	26
Проект «Молодежные бренды Томска»	29
Проект «Конкурс грантов для НКО»	32

8. О награждении Почётной грамотой Молодежного парламента Томской области

МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОЕКТ

РЕШЕНИЕ

26.09.2008 г. № _____
г. Томск

О награждении _____
Почётной грамотой Молодежного
парламента Томской области

Рассмотрев предложение Совета Молодежного парламента о награждении
Почётной грамотой Молодежного парламента Томской области

Молодежный парламент Томской области РЕШИЛ:

1. Наградить _____ Почётной грамотой Молодежного парламента
Томской области.

2. Поручить ответственному секретарю Молодежного парламента Томской
области В.С. Ильяшенко подготовить Почётную грамоту Молодежного парламента
Томской области.

Председатель
Молодежного парламента
Томской области

Е.С. Дорошенко

- Привлечение молодежных НКО к решению социальных проблем молодежи и других социальных групп.
- Повышение социальной ответственности молодежи.
- Повышение роли Молодежного парламента Томской области в сфере решения актуальных молодежных социальных проблем региона.

IV. МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Администрация Томской области в лице Департамента по молодежной политике, физической культуре, спорту и туризму объявляет конкурс грантов для поддержки молодежных НКО, принимает положение о конкурсе и предоставляет право осуществлять дальнейшие действия оператору конкурса в лице МП. МП как оператор конкурса осуществляет пиар-сопровождение, сбор документов и заявок на гранты, формирует Экспертный Совет, проводит Экспертный Совет и отбор заявок, контролирует реализацию проектов-победителей, принимает отчеты по грантам (т.е. берет на себя всю ответственность за практическую реализацию конкурса). Денежные средства на конкурс должны выделяться в бюджете в сумме 2 млн. руб.

V. ЭТАПЫ И СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

1. Разработка документации к конкурсу (положение, форма заявки, форма отчетности). Октябрь-ноябрь 2008.
2. Утверждение в бюджете области средств на грантовый пул. Декабрь 2008.
3. Сбор заявок. Первоначальный отбор по документам. Формирование Экспертного совета. Январь-март 2009.
4. Заседание Экспертного совета. Определение проектов-победителей и объема финансовой поддержки. Март 2009 года.
5. Реализация отобранных проектов. Апрель-ноябрь 2009 года.
6. Подведение итогов реализации проектов, отчет НКО о расходовании средств. Ноябрь-декабрь 2009.

VI. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

- Создан эффективный механизм поддержки молодежных общественных организаций, которые реализуют наиболее общественно важные и значимые проекты на территории Томской области, в форме конкурса грантов.
- Молодежные НКО, реализующие наиболее важные социальные проекты на территории Томской области получают серьезную финансовую поддержку.
- Социальные проблемы молодежи решаются в первую очередь руками самой молодежи.
- Повышение роли Молодежного парламента Томской области в сфере решения актуальных социальных проблем региона.

ПОВЕСТКА

VII собрания Молодежного парламента Томской области

26 сентября 2008 года

г.Томск

14.30 – 14.40

Открытие собрания и утверждение повестки дня

Дорошенко Е.С., Председатель Молодежного парламента Томской области

14.40 – 15.05

1. О взаимодействии Департамента по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области и молодежных общественных объединений по реализации Стратегии государственной молодежной политики в Томской области

Максимов М.В., Начальник Департамента по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области

Дорошенко Е.С., Председатель Молодежного парламента Томской области

15.05 – 15.30

2. О роли молодежи в реализации городской целевой программы «Внешнее позиционирование города Томска»

Севостьянов А.В., заместитель Мэра города Томска по информационной политике

15.30 – 15.50

3. О механизмах поддержки молодежного предпринимательства в инновационной сфере

Осипов О.Ю., директор межвузовского студенческого бизнес-инкубатора «Дружба»

15.50 – 16.00

4. О выборе руководителей отделов Молодежного парламента Томской области

Дорошенко Е.С., Председатель Молодежного парламента Томской области

16.00 – 16.30

Перерыв

16.30 – 16.40

5. О проекте «Информационные доски Молодежного парламента Томской области»

Шемитов О.В., член Молодежного парламента Томской области

16.40 – 16.50

6. О проекте «Молодежные бренды Томска»

Рюмин Р.В., член Молодежного парламента Томской области

16.50 – 17.00

7. **О проекте «Конкурс грантов для молодежных НКО»**
Данков А.Г., член Молодежного парламента Томской области

17.00 – 17.10

8. **О награждении Почётной грамотой Молодежного парламента Томской области**

Дорошенко Е.С., Председатель Молодежного парламента Томской области

17.10 – 17.20

9. **Разное**

	социальные проекты на территории Томской области получают серьезную финансовую поддержку. <ul style="list-style-type: none">• Социальные проблемы молодёжи решаются в первую очередь руками самой молодежи.• Повышение роли Молодежного парламента Томской области в сфере решения актуальных социальных проблем региона.
--	--

II. АННОТАЦИЯ ПРОЕКТА

Сейчас перед Россией стоят серьезные задачи модернизации страны и решения наиболее важных социально-экономических проблем: демографической, кадровой, проблемы перевода экономики страны на инновационные рельсы. В этих условиях как никогда серьезную и значимую роль будет играть молодежь страны. Именно поколению нынешних молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет предстоит реализовать те цели и задачи, которые стоят сегодня перед страной, именно им предстоит строить, делать научные открытия, рожать и воспитывать детей продвигать новые технологии, создавать новую экономику, строить новое общество. Модернизация страны невозможна без решения актуальных социальных проблем, в первую очередь проблем молодежи. Государственные и муниципальные организации не всегда могут оперативно решить ту или иную проблему. В то же время важнейшим является тезис о том, что в современных условиях проблемы молодежи должны решаться руками самой молодежи. В Томской области существует большое количество молодежных организаций, которые с разной степенью успеха реализуют свои социальные проекты.

Главной проблемой для них по-прежнему остается острый недостаток финансирования. Сейчас не существует эффективных механизмов финансирования крупных социальных проектов на территории Томской области, реализуемых молодежными общественными организациями. Прямое бюджетное финансирование является крайне малоэффективной системой и не отвечает задачам и требованиям нынешнего времени. Сейчас наиболее эффективным механизмом поддержки молодежных НКО представляется специальный конкурс грантов на реализацию социальных проектов. Подобный конкурс уже два года проводит Общественная палата Российской Федерации, практика показала, что этот механизм работает и достаточно эффективно. Поэтому эту практику можно и нужно перенести на томскую землю. Оператором проведения этого конкурса может и должен выступать Молодежный парламент Томской области, который уже имеет опыт в организации и проведении различных конкурсов.

III. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Цель проекта:

- Создание эффективного механизма поддержки молодежных общественных организаций, которые реализуют общественно важные и значимые проекты на территории Томской области.

Задачи проекта:

- Финансовая поддержка молодежных НКО, реализующих наиболее важные социальные проекты на территории Томской области.

ПРОЕКТ «КОНКУРС ГРАНТОВ ДЛЯ НКО»

I. ПАСПОРТ ПРОЕКТА

Наименование проекта	«Конкурс грантов для НКО»
Разработчик проекта	Молодежный парламент Томской области
Нормативно-правовые основания	Стратегия социально-экономического развития России до 2020 г.; Стратегия развития государственной молодежной политики в Российской Федерации; Стратегия развития Томской области до 2020 г.; Стратегия развития г. Томска до 2020 г.; Городская целевая программа «Внешнее позиционирование Томска» на 2009-2011 гг.; Закон Томской области «О поддержке молодежных и детских общественных объединений».
Цели и задачи проекта	Цель проекта: <ul style="list-style-type: none"> Создание эффективного механизма поддержки молодёжных общественных организаций, которые реализуют общественно важные и значимые проекты на территории Томской области. Задачи проекта: <ul style="list-style-type: none"> Финансовая поддержка молодежных НКО, реализующих наиболее важные социальные проекты на территории Томской области. Привлечение молодежных НКО к решению социальных проблем молодёжи и других социальных групп. Повышение социальной ответственности молодежи. Повышение роли Молодежного парламента Томской области в сфере решения актуальных социальных проблем региона.
Сроки реализации проекта	2008 – 2009
Объемы и источники годового финансирования	... млн. руб. Проект финансируется из консолидированного бюджета города Томска, Томской области и привлеченных средств.
Ожидаемые результаты проекта	<ul style="list-style-type: none"> Создан эффективный механизм поддержки молодёжных общественных организаций, которые реализуют наиболее общественно важные и значимые проекты на территории Томской области, в форме конкурса грантов. Молодежные НКО, реализующие наиболее важные

1. О взаимодействии Департамента по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области и молодежных общественных объединений по реализации Стратегии государственной молодежной политики в Томской области

МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОЕКТ

РЕШЕНИЕ

26.09.2008 г. № ____
г. Томск

О взаимодействии Департамента по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области и молодежных общественных объединений по реализации Стратегии государственной молодежной политики в Томской области

Заслушав выступление Начальника Департамента по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области М.В.Максимова,

Молодежный парламент Томской области РЕШИЛ:

- Поддержать предложения начальника Департамента по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области М.В.Максимова по взаимодействию Департамента молодежной политики, физической культуре и спорту и молодежных общественных организация по реализации Стратегии государственной молодежной политики Томской области.
- Создать рабочую группу по взаимодействию с Департаментом по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области по реализации Стратегии государственной молодежной политики Томской области (Дорошенко).

Председатель
Молодежного парламента
Томской области

Е.С. Дорошенко

2. **О роли молодежи в реализации городской целевой программы «Внешнее позиционирование города Томска»**

МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОЕКТ

РЕШЕНИЕ

26.09.2008 г. №
г. Томск

О роли молодежи в реализации городской целевой программе «Внешнее позиционирование Томска»

Заслушав выступление заместителя Мэра города Томска А.В. Севостьянова,

Молодежный парламент Томской области РЕШИЛ:

1. Принять информацию о городской целевой программе «Внешнее позиционирование города Томска».
2. Принять участие в реализации городской целевой программы «Внешнее позиционирование города Томска» (Склянчук, Рюмин).

Председатель
Молодежного парламента
Томской области

Е.С. Дорошенко

7. **О проекте «Конкурс грантов для молодежных НКО»**

МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОЕКТ

РЕШЕНИЕ

26.09.2008 г. №
г. Томск

О проекте «Конкурс грантов для молодежных НКО»

Рассмотрев проект «Конкурс грантов для молодежных НКО»,

Молодежный парламент Томской области РЕШИЛ:

1. Утвердить проект согласно приложению.
2. Назначить члена Молодежного парламента Томской области А.Г.Данкова ответственным за реализацию проекта.

Председатель
Молодежного парламента
Томской области

Е.С. Дорошенко

10.2008 –12.2008: подготовка и реализация первого имиджевого проекта с использованием полученного рейтинга. Таким проектом станет новогодний имиджевый презентационный набор Молодежного парламента Томской области.

4. Ожидаемые результаты

Получившийся рейтинг, созданный самими молодыми людьми города, участвовавшими в работе фокус-групп и голосовании, станет очень удобным инструментом при создании молодежных имиджевых и социальных проектах. Это позволит достаточно четко определить, что ценит современная молодежь города, чем она гордится, за что любит свой город. Такая информация поможет более четко понять, в чем же «конкурентные преимущества» молодежного города Томска, как его можно эффективно позиционировать в информационном поле всей страны.

Уникальность исследования наверняка не останется незамеченной. При правильном использовании этого ресурса вполне возможно, что подобной работой займутся в других городах. Тем более что в преддверии Года Молодежи подобная информация окажется крайне востребованной. С января 2009 года количество различных мероприятий по государственной молодежной политике увеличится, рейтинг молодежных брендов Томска будет тиражироваться и часто использоваться в самых разных социальных и имиджевых проектах, что, безусловно, положительно скажется на общем имидже города Томска.

ГОРОДСКАЯ ЦЕЛЕВАЯ ПРОГРАММА «ВНЕШНЕЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГОРОДА ТОМСКА» НА 2009-2011 ГОДЫ.

АНАЛИЗ СЛОЖИВШЕЙСЯ СИТУАЦИИ. СОДЕРЖАНИЕ ПРОБЛЕМЫ И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ ПРОГРАММНЫМИ МЕТОДАМИ

В настоящее время города России в целях более интенсивного и эффективного развития вступили в жесткую конкуренцию за привлечение на свои территории различных ресурсов. По оценкам экспертов, экономическая конкуренция дополняется, а иногда и заменяется использованием информационно-психологических технологий, конкуренцией социально-культурной, мировоззренческой.

Важнейшими направлениями, по которым осуществляется конкуренция между крупными городами, являются:

- сохранение и привлечение трудоспособного и высококвалифицированного населения;
- размещение и сохранение имеющихся предприятий, привлечение новых предприятий, особенно формирующих наукоемкие современные направления деятельности, имеющих устойчивый сбыт своей продукции, работающих на принципах благожелательного отношения к окружающей среде;
- привлечение новых инвестиций в развитие действующих или создание новых предприятий, в коммунальную инфраструктуру, в жилье и социальный комплекс;
- размещение новых кредитно-финансовых институтов;
- получение субвенций, кредитов фондов и других финансовых ресурсов из федерального бюджета;
- получение государственных заказов для предприятий города;
- привлечение инвестиций для частных предприятий;
- получение иностранных кредитов и безвозмездных грантов на региональное развитие;
- открытие головных офисов крупных фирм, учреждений культуры и туризма;
- модернизация транспортной инфраструктуры;
- развитие системы профессионального образования и здравоохранения, особенно университетов, медицинских центров и клиник;
- привлечение и совершенствование информационных и коммуникационных центров, средств массовой информации, кино- и телестудий и т.д.;
- привлечение туристов всех типов (историко-культурного, делового, спортивного, экономического, семейного отдыха и др.);
- проведение в регионе крупных культурных, политических, научных, спортивных и других событий и мероприятий, на которые приезжает много людей, которые усиливают позитивный имидж города;
- приращение регионального культурного и исторического потенциала, который повышает привлекательность города и для жителей, и для приезжих;
- размещение в городе административных и общественных учреждений, органов, фондов государственного, международного, мирового значения;
- получение новых инвестиций из различных источников в социальную сферу, молодежную политику, жилье, в сферу культуры, туризма, спорта;

- проведение крупных выставок, ярмарок, межрегиональных и международных конгрессов, конференций, семинаров;
- приращение исторического и архитектурного потенциалов;
- открытие новых музеев, театров или их филиалов.

Наращивание социально-культурного капитала, который является одним из важнейших направлений развития города, как и его экономический рост, осуществляется за счет целенаправленной деятельности по формированию объединяющего, вдохновляющего образа города, активного позиционирования его в социокультурном пространстве и, как следствие, усиления позиций и возможностей всех субъектов городской жизни.

От того, какой именно образ города Томска возникает в представлении у различных финансово-экономических субъектов, у политической, управленческой и культурной элиты страны, региона, насколько позитивно воспринимают город Томск его жители и гости, зависит возможность мобилизации имеющихся и привлечения дополнительных ресурсов. Позитивный образ города Томска закрепляется в сознании горожан, гостей города Томска, определяет их эмоциональное состояние, желание связать свои перспективы с городом Томском, вложить средства и приложить усилия для его развития и процветания.

В условиях территориальной конкуренции органы местного самоуправления города Томска не ведут специальную деятельность по формированию положительной репутации города Томска, нет муниципальных программ, целевым образом посвященных продвижению, «рекламе» города Томска. Несмотря на хорошую репутацию, город Томск заслуживает много большего. Его самые яркие черты и преимущества перед другими городами почти никак не озвучены в стране и в мире.

Образ города Томска формируется преимущественно по его функциям в системе общегосударственного хозяйственного процесса или в связи с культурно-историческими событиями и географическим положением. Между тем важно, чтобы этот образ формировался по наличию в городе Томске жизненных перспектив для человека, как город, где горожане уважают интересы друг друга, город, где удобно жить, где лучше всех учат и лечат. Для повышения привлекательности города Томска необходимо позиционирование города Томска как делового, культурного, духовного центра Сибири. Как города социальных перспектив, как города будущего.

Кроме того, не выработаны механизмы постоянного и системного взаимодействия между органами местного самоуправления города Томска, ЗАТО Северска и Томского района по развитию своих территорий, консолидации усилий муниципального сообщества в области. В городе Томске, по сути, нет продекларированной и осмысленной политики внешних связей. Отсутствует ясность в вопросе о членстве города Томска, его органов, в международных, российских и межрегиональных организациях межмуниципального сотрудничества. Представители города Томска не принимают участия в деятельности этих организаций. Контакты с городами-побратимами не поддерживаются или осуществляются от случая к случаю (Монро, Ульсан). Тем временем город Томск устанавливает новые побратимские отношения (Новороссийск, Далянь). Вышеуказанные трудности усугубляются наличием больших, политически и экономически авторитетных соседей-конкурентов (Новосибирск, Кемерово, Омск, Красноярск и т.д.), а также социальной пассивностью горожан и проблемами становления местного самоуправления в стране в целом.

В Стратегии развития города Томска до 2020 года в качестве стратегического направления заявлено направление под названием «Внешнее позиционирование города Томска». Поставлена амбициозная задача стратегического плана - «Формирование имиджа столицы межгородского общения, столицы местного

ПРОЕКТ «МОЛОДЕЖНЫЕ БРЕНДЫ ТОМСКА»

1. Аннотация

В последнее время все чаще можно услышать разговоры о том, как Томск позиционирует себя на территории России. О чем думают люди из других городов, когда слышат название «Томск»? Вопрос позиционирования города возник не случайно, поскольку сегодня в России идет глобальный процесс поиска брендов России, позиционирования нашей страны во внешнем мировом пространстве (проекты «Имя России», «Семь чудес России» и т.д.).

Томск – молодежный город, логично предположить, что есть в городе какие-то «молодежные бренды», по которым город узнаваем среди молодежи страны. Первыми на ум приходят такие бренды как «Томские университеты», команда КВН «Максимум», футбольная команда «Томь». Мы решили провести небольшое исследование, чтобы составить развернутый список таких брендов и сформировать их рейтинг.

По результатам такого исследования можно будет с уверенностью сказать, какие молодежные бренды Томска молодежь считает наиболее популярными, создающими образ города на территории страны. Такую информацию можно будет использовать во множестве социальных и имиджевых проектов города. В частности, МП ТО намерен использовать результаты такого исследования в создании своего новогоднего имиджевого презентационного набора, который будет распространяться среди молодежных парламентов и чиновников, связанных с молодежной политикой, по всей стране.

2. Цель проекта

Цель: Составить рейтинг молодежных брендов Томска по оценкам самих молодых людей. Рейтинг, который можно было бы использовать в социальных и имиджевых проектах города.

3. Механизм и сроки реализации

08.2008 – 09.2008: составление списка организаций/памятников/людей/идей как возможных претендентов на звание молодежного бренда города. Выявление брендов ведется по технологии мозговых штурмов среди нескольких фокус-групп. (этап завершен, выявлено 20 молодежных брендов города с разной степенью узнаваемости среди томской молодежи)

09.2008 – 10.2008: подготовка и проведение двухнедельного Интернет-голосования на одном или нескольких самых посещаемых молодежью ресурсах Тонета с целью построения рейтинга. Каждому человеку будет предложено выбрать 5 позиций из списка, те бренды, которые он считает самыми яркими и положительно работающими на имидж города. По результатам будет составлен рейтинг из полученных двадцати брендов, в котором будет указан процент проголосовавших за него и позиция в общем списке.

6. О проекте «Молодежные бренды Томска»

МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОЕКТ

РЕШЕНИЕ

26.09.2008 г. №

г. Томск

О проекте «Молодежные бренды Томска»

Рассмотрев проект «Молодежные бренды Томска»,

Молодежный парламент Томской области РЕШИЛ:

1. Утвердить проект согласно приложению.
2. Назначить члена Молодежного парламента Томской области Р.В.Рюмина ответственным за реализацию проекта.

Председатель
Молодежного парламента
Томской области

Е.С. Дорошенко

самоуправления». Стоит отметить, что эта задача удачно сочетается с «золотым проектом» Губернатора Томской области «Томск - город форум». Эта задача требует материальных, идеологических, кадровых и иных ресурсов. Стратегия развития города Томска нацелена на рост влияния в некоммерческих объединениях муниципальных образований, расширение связей с административными центрами соседствующих регионов (город Новосибирск, город Омск, и др.), налаживание взаимодействия с ЗАТО Северском и Томским районом, формирование побратимских отношений с зарубежными городами, имеющими схожие параметры развития. Актуальность этого вопроса возрастает в связи с началом процесса сотрудничества с городом-героем Новороссийском. Кроме того, серьезно обсуждается тема формирования агломерации Томск – Северск - Томский район, в последнее время увеличивается количество делегаций из других городов (Новосибирск, Ачинск, Улан-Удэ, Новокузнецк), активизируется организации межмуниципального сотрудничества (АСДГ, Союз российских городов, Совет муниципальных образований Томской области и т.д.).

Межмуниципальное сотрудничество – одно из важнейших направлений деятельности органов местного самоуправления города Томска. Эта сторона муниципальной деятельности находится в сфере пересечения внешних связей и внешней политики, побратимских отношений и международной деятельности, внешнеэкономических отношений и привлечения инвестиций, брендинга города Томска и т.п. Значимость межмуниципального сотрудничества для развития города Томска очевидна. Представительство прав и интересов муниципального образования на региональном, межрегиональном и федеральном уровне, обмен опытом решения вопросов местного значения, продвижение позитивного имиджа муниципального образования, консолидация сил и ресурсов муниципального сообщества – эти и другие цели определяют смысл существования межмуниципального сотрудничества. В этой связи правильное понимание процессов в межмуниципальном сотрудничестве, должное внимание к этим процессам и участие в них, имеет большое значение для города Томска, так как муниципальное образование «город Томск» не может быть «закрытым» городом. Современные преобразования в муниципальном сотрудничестве и задачи в Стратегии развития города Томска до 2020 года – существенные причины выработки нового подхода города Томска к участию в межмуниципальном сотрудничестве.

ПРОЕКТ «МОЛОДЕЖНЫЙ МЕДИА-ЦЕНТР»

I. ПАСПОРТ ПРОЕКТА

Наименование проекта	«Молодежный медиа-центр»
Разработчик проекта	Молодежный парламент Томской области
Нормативно-правовые основания	Стратегия социально-экономического развития России до 2020 г.; Стратегия развития государственной молодежной политики в Российской Федерации; Стратегия развития Томской области до 2020 г.; Стратегия развития г. Томска до 2020 г.; Городская целевая программа «Внешнее позиционирование Томска» на 2009-2011 гг.; Закон Томской области «О поддержке молодежных и детских общественных объединений».
Цели и задачи проекта	Цели проекта: <ul style="list-style-type: none"> • Формирование и продвижение позитивного образа современной молодежи. • Информирование молодежи о возможностях и преимуществах проживания на территории города Томска и Томской области. • Мобилизация потенциала молодежи в решении общественных проблем и реализации планов стратегического развития города Томска и Томской области. • Формирование нового типа политической культуры, ориентированной на активную гражданскую и жизненную позицию. Задачи проекта: <ul style="list-style-type: none"> • Развитие коммуникационных технологий в реализации государственной молодежной политики. • Повышение информационной привлекательности активного участия молодежи в общественно-политической деятельности. • Стимулирование массовых молодежных дискуссий и обсуждений вопросов будущего российского общества. • Составление информационной карты позиций молодых лидеров и активистов по актуальным проблемам города, области, страны, мира. • Налаживание коммуникации между молодежными общественными объединениями и другими субъектами гражданского сектора, власти и бизнеса.

2. Улучшение имиджа Молодежного парламента Томской области в молодежной среде области.
3. Повышение уровня вовлеченности молодежи в общественно-политическую жизнь региона.

Партнеры, заинтересованные стороны:

Администрация Томской области
Государственная Дума Томской области
Администрация г. Томска
Вузы г. Томска
Информационные партнеры – молодежная газета, молодежный портал
ОАО «Вымпелком» Томский филиал

План организационно-технических мероприятий по реализации проекта «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ДОСКИ МОЛОДЕЖНОГО ПАРЛАМЕНТА ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ»

№	Наименование мероприятия	Сроки исполнения	Ответственные за исполнение
1	2	3	4
I. Организационное обеспечение			
1.	Создание рабочей группы по проекту	До 30 сентября	
2.	Подготовка и утверждение проекта.	До 26 сентября	
3.	Провести работу со спонсорами по наполнению бюджета проекта.	До 10 октября	
4.	Подготовка писем с информацией о проекте для ректоров Вузов, Ссузов председателей профкомов ссузов. Обеспечить их рассылку. Встреча с руководителями вузов и ссузов	До 10 октября	
5.	Согласование мест размещения информационных досок	До	
6.	Утвердить список информационных партнеров	До	
7.	Пробная подборка информации	До 30 сентября	
II. Хозяйственно-техническое обеспечение			
1.	Изготовление информационных досок		
2.	Обеспечение постоянной наполняемости информацией информационных досок	Весь период	
III. Информационно – пропагандистское обеспечение			
1.	Разместить информацию о проекте на официальной WEB странице Государственной Думы Томской области, на страницах молодежных газет, студенческих газет и молодежном портале	По мере запуска проекта	

**ПРОЕКТ
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ДОСКИ
МОЛОДЕЖНОГО ПАРЛАМЕНТА ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ»**

Цели:

1. Привлечение и повышение внимания молодежи к общественно-политической жизни страны и региона.

2. Повышение узнаваемости и авторитета Молодежного Парламента Томской области.

Задачи:

1. Информирование о наиболее важных событиях в Томской области и РФ, а также информирование молодежи о реализуемых проектах органами власти региона и РФ в области молодежной политики.

2. Информирование о деятельности Молодежного парламента Томской области, освещение деятельности молодежных организаций

Целевая аудитория: Студенты томских высших учебных и средне-специальных заведений.

Периодичность: 2 раза в месяц.

Механизмы реализации:

I этап (подготовительный):

- разработка концепции проекта
- привлечение партнеров к реализации проекта
- изготовление информационных досок

II этап:

- информационное снабжение информационных досок
- координация работы информационных досок
- анализ работы проекта

Структура:

1. «Намедни» - произошедшие за 2 недели наиболее важные события в Томске, Томской области и России, касающиеся молодежи.

2. «О парламенте» - освещение деятельности Молодежного Парламента Томской области, информация о реализуемых проектах.

3. «Перспективы» - реализуемые проекты, программы Молодежного парламента Томской области, Администрации Томской области, Государственной Думы Томской области, Администрации г. Томска. Информация о проходящих грантах, стипендиях, семинарах, конференциях и т.д.

4. «Газета» - молодежная информационная газета

5. «Информация о спонсорах»

Редакция: Члены Молодежного Парламента Томской области, редакция молодежной газеты и молодежного портала.

Ожидаемые результаты:

1. Увеличение количества участников федеральных и региональных программ, конкурсов в области государственной молодежной политики.

	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение роли молодежи в законотворческой деятельности и государственной системе исполнения решений.
Сроки реализации проекта	2008 – 2009
Перечень инсайд-проектов	<ul style="list-style-type: none"> - Томская молодежная газета; - Молодежный информационный портал; - Интернет-радио; - Интернет-телевидение; - «Молодежный центр креатива».
Объемы и источники годового финансирования	Проект финансируется из бюджета города Томска, Томской области и за счет привлеченных инвестиций.
Ожидаемые результаты проекта	<ul style="list-style-type: none"> - Сформирован позитивный образ современной молодежи. - Молодежь представлена в информационной повестке дня. - Молодежь принимает активное участие в решении общественных проблем и реализации планов стратегического развития города Томска и Томской области. - Создана система информирования молодежи о возможностях и преимуществах проживания на территории города Томска и Томской области. - Созданы условия для формирования нового типа политической культуры, ориентированной на активную гражданскую и жизненную позицию.

II. АННОТАЦИЯ ПРОЕКТА

В настоящее время сектор молодежных СМИ активно развивается на российском рынке. С одной стороны, существует большое количество Интернет-порталов, радиоволн, журналов, ТВ-передач, ориентированных на молодежь. С другой стороны, сама молодежь предпринимает попытки конкурировать на медиа-рынке, создавая собственные медиа-проекты.

При этом остаются нерешенными острые проблемы в области культурно-массового просвещения молодежи. Телевидение рассматривает молодежную аудиторию как активных потребителей большого сегмента товаров и услуг (мобильная связь, одежда, слабоалкогольные напитки и т.д.). Для fm-радио молодые люди также являются одними из главных потребителей музыкальной продукции и целевой аудиторией рекламных сообщений. В прессе молодежная тематика играет второстепенную роль социально-новостного фона. Самым динамичным средством массовой информации по отношению к молодежи является Интернет. Он предоставляет большие возможности интерактивного общения и быстрого доступа к событийному потоку. Однако переизбыток новостей приводит к дезориентации пользователей.

При создании молодежных СМИ самой молодежью возникают проблемы рентабельности. Отсутствие необходимых ресурсов, как правило, является основной

причиной свертывания медиа-проектов. Кроме этого, не всегда удается совместить социальную значимость и «молодежность» СМИ.

Таким образом, можно заключить, что деятельность по созданию молодежных СМИ как инструмента выражения интересов молодежи, распространения правовой, культурной, политической, экономической информации, необходимой для жизни в современном российском обществе, а также как способа решения проблем и реализации потенциала молодежи, выступает в качестве приоритета государственной молодежной политики (см. «Стратегия государственной молодежной политики в Томской области»).

Для Томска данная проблема актуальна в связи с тем, что молодежь играет важную роль в формировании имиджа города. Она является составной частью позитивного образа Томска для внешнего мира.

Следовательно, представляется целесообразным создание молодежного медиа-центра. Единой структуры, которая включает в себя производство ТВ-сюжетов, издание общегородской молодежной газеты, выпуск радио-передач, создание социальной сети для активной молодежи, и производство социальной рекламы. Данная организационная форма позволит, во-первых, актуализировать молодежную тематику в информационной картине дня, во-вторых, обеспечит поддержку новым коммуникационным технологиям для реализации ГМП, и, в-третьих, укрепит имиджевые позиции Томска и Томской области. В рамках предстоящего года молодежи (смысл которого во включении в информационную повестку дня молодежной тематики) данный проект станет основным условием успешности его проведения на территории региона.

III. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Цели проекта:

- Формирование и продвижения позитивного образа современной молодежи.
- Информирование молодежи о возможностях и преимуществах проживания на территории города Томска и Томской области.
- Мобилизация потенциала молодежи в решении общественных проблем и реализации планов стратегического развития города Томска и Томской области.
- Формирование нового типа политической культуры, ориентаций на активную гражданскую и жизненную позицию.

Задачи проекта:

- Развитие коммуникационных технологий в реализации государственной молодежной политики.
- Повышение информационной привлекательности активного участия молодежи в общественно-политической деятельности.
- Стимулирование массовых молодежных дискуссий и обсуждений вопросов будущего российского общества.
- Выработка информационной карты позиций молодежных лидеров и активистов по актуальным проблемам города, области, страны, мира.
- Налаживание коммуникации между молодежными общественными объединениями и другими субъектами гражданского сектора, власти и бизнеса.
- Повышение роли молодежи в законотворческой деятельности и государственной системе исполнения решений.

5. О проекте «Информационные доски Молодежного парламента Томской области»

МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОЕКТ

РЕШЕНИЕ

26.09.2008 г. № _____

г. Томск

О проекте «Информационные доски Молодежного парламента Томской области»

Рассмотрев проект «Информационные доски Молодежного парламента Томской области»,

Молодежный парламент Томской области РЕШИЛ:

1. Утвердить проект согласно приложению.
2. Назначить члена Молодежного парламента Томской области О.В.Шемитова ответственным за реализацию проекта.

Председатель
Молодежного парламента
Томской области

Е.С. Дорошенко

4. О выборе руководителей отделов Молодежного парламента Томской области

МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОЕКТ

РЕШЕНИЕ

26.09.2008 г. №

г. Томск

О выборе руководителей отделов
Молодежного парламента Томской
области

Рассмотрев вопрос о выборе руководителей отделов Молодежного парламента
Томской области,

Молодежный парламент Томской области РЕШИЛ:

1. Назначить руководителем организационного отдела _____.
2. Назначить руководителем аналитического отдела _____.
3. Назначить руководителем отдела по связям с общественностью _____.
4. Назначить руководителем экспертного отдела _____.
5. В срок до 14 октября 2008 года провести собрания отделов Молодежного парламента Томской области и утвердить их персональный состав.

Председатель
Молодежного парламента
Томской области

Е.С. Дорошенко

IV. ПРОЕКТ ГОРОДСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ГАЗЕТЫ

1. Аннотация

В настоящее время Россия постепенно переходит от политики реагирования к политике планирования. Созданы и приняты стратегические доктрины развития страны. По сути, векторы движения сформулированы, и сейчас настал этап первых шагов к реализации намеченных целей. Безусловно, молодежь, как социальная группа, обеспечивающая сегодня будущее общества, имеет все основания участвовать в процессе модернизации России, влиять на принятие решений общенационального масштаба.

Стратегические доктрины развития страны, отражены, в частности, в «Стратегии развития государственной молодежной политики в РФ». На уровне Томской области определяющим документом является «Стратегия государственной молодежной политики в Томской области». Одной из основных идей в этой стратегии является идея создания близкого молодежи информационного поля, в котором постоянно бы присутствовала информация о возможностях и перспективах молодого человека в России. Информационное поле, которое бы формировало в сознании молодежи образ нового россиянина.

Безусловно, формирование такого информационного поля – задача сложная и многоплановая. Конечно, самый востребованный молодежью источник информации и развлечений это Интернет. Но специфика нашего города заключается в очень большом количестве студентов, порядка 20% всего населения Томска. Классическая бесплатная печатная молодежная газета это один из самых востребованных источников информации в стенах учебного заведения. Ее можно взять с собой на пару, в кафе, почитать в автобусе на пути домой.

Причем газета должна работать в паре с молодежным информационным порталом. Единый стиль оформления, перекликающиеся идеи, обоюдная реклама – необходимый минимум точек соприкосновения этих двух проектов. В паре эти проекты смогут включиться и отчасти формировать то информационное поле, в котором находится молодежь Томска сегодня.

Как это ни парадоксально, но в самом молодежном городе Сибири нет молодежной газеты. Такое издание могло бы стать частью информационного поля молодых людей наряду с социальными сетями, блогами, новостными лентами и другими ресурсами.

Создание такого издания и поддержание его работы – задача не общественных организаций или частных структур, это задача государства. Такое издание должно быть выполнено на самом высоком профессиональном уровне, возможно, оно должно стать обложкой молодежной политики в г. Томске.

Томская молодежь, кто бы что о ней не говорил, это молодежь читающая и думающая. Создание качественной молодежной газеты, которая бы рассказывала о политических трендах общества, патриотизме, возможностях для самореализации, о вызовах общества с драйвом и на понятном молодежном языке – одна из самых важных задач в области информационного воздействия на молодежь.

2. Цели и задачи

Цель проекта:

Создание городской молодежной газеты, выходящей дважды в месяц, которая стала бы инструментом вовлечения молодежи в реализацию ГМП.

Задачи проекта:

1. Участие в формировании близкого молодым людям информационного поля.
2. Формирование позитивного образа современного россиянина, соответствующего требованиям «стратегии 2020», с инновационной моделью поведения.
3. Создание площадки для информационного обеспечения молодежных проектов, в которые молодые люди могли бы включиться, но просто не знают о них.
4. Правовое просвещение молодежи.
5. Информирование молодежи об основных векторах развития государства на доступном для нее языке. О тех вызовах, которые к этой социальной группе предъявляет современное российское общество.

3. Целевая группа

Студенты ВУЗов и ССУЗов города Томска. Молодые люди, получающие образование, специальность, которые открыты к новой информации, у которых есть достаточно времени и желания на чтение такого издания.

Молодые люди, от которых в будущем во многом будет зависеть реализация «Стратегии 2020». То есть те люди, которые готовы развиваться и реализовывать свой потенциал, но у которых не хватает на это внутренней мотивации. Люди, которые при должном информационном обеспечении могли бы начать использовать те возможности, которые предлагает им современное общество.

4. Механизмы реализации

Создание регулярно выходящего молодежного издания может быть успешным только при соблюдении некоторых условий. Это фиксированное финансирование, зарплата сотрудникам, система привлечения сторонних авторов.

Реализация проекта осуществляется в несколько этапов:

- 1) Организационные вопросы: регистрация издания, подготовка помещения и материально-технической базы.
- 2) Формирование команды, выпускающей газету: выпускающего редактора, дизайнера, фотографа и трех штатных журналистов. Команда должна работать на постоянной основе за заработную плату.
- 3) Создание и корректировка модели издания и выпуск «пилотного» номера газеты.
- 4) Отработка механизма выхода газеты стабильно дважды в месяц. Отработка системы распространения издания – создание фирменных стоек и размещение их в следующих местах: корпуса ВУЗов и ССУЗов; молодежные кофейни и кафе; популярные среди молодежи торговые центры; кинотеатры и боулинги.

Сроки и этапы реализации проекта:

1. Декабрь 2008 – январь 2009. Пункты 1–3. Подготовка издания до начала учебного семестра.
2. Январь 2009 – январь 2010. Реализация пункта 4. Издание должно доказать свою дееспособность и функциональность. В случае удачного годового цикла существования газеты, ее издания становится постоянным.

6. Ожидаемые результаты

Проект городской молодежной газеты должен стать постоянно существующим и стабильно выходящим изданием, которое со временем стало бы фактом общественной и университетской жизни города.

вопросам законодательства Российской Федерации и международного права, конъюнктуре, прогнозирование тенденций предпринимательства, научно- их развития);

- техническая экспертиза, инновационной ▪ подготовка экономических обзоров деятельности, защите промышленной и и разработка соответствующих интеллектуальной собственности, рекомендаций;
- авторских прав и охраны коммерческой ▪ оказание маркетинговых услуг тайны, налогообложения, кредитования, проектам, размещенным с СБИ;
- инвестиций, с выдачей по окончании ▪ обучение и переподготовка сертификата установленного образца; предпринимателей в научно-технической
- разработка учебно-методической сфере;
- документации по вопросам ▪ разработка и апробация механизмов инновационного бизнеса; последующего взаимодействия СБИ с
- содействие созданию и развитию предпринимателями, успешно прошедших малых предприятий в научно-технической подготовку в СБИ и реализовавших свои сфере;
- проекты;
- помощь в организации ▪ СБИ является методическим прохождением стажировок студентов и центром по разработке и внедрению аспирантов на предприятиях научно- новых образовательных технологий, таких технической сферы, в том числе за как групповое проектное обучение (ГПО), рубежом;
- система кредитов, рейтинговая система
- проведение конференций, выставок, обучения, дистанционное образование, семинаров по организационным, которые реализуются при взаимодействии экономическим и правовым вопросам с кафедрами, подразделениям вузов, с предпринимательства в научно- предприятиями научно-технической технической сфере, в том числе с сферы.
- международным участием; Студенты, участники проектов, обучаются
- осуществление оперативного на основе индивидуальных учебных взаимодействия с областной и городской планов, курсовые и дипломные работы в Администрациями, Фондом развития и которых являются частью бизнес-планов поддержки малого предпринимательства проектов.
- Томской области, другими российскими и СБИ оказывает помощь в составлении международными фондами и индивидуальных учебных планов программами;
- студентов в соответствии с их бизнес-
- содействие формированию фондов планами.
- поддержки научно-технического Участникам проектов, успешно предпринимательства; прошедшим систему подготовки в СБИ,
- содействие привлечению выдаются сертификаты установленного инвестиций для исследований и образца.
- разработок, проектов и программ студентов, аспирантов и молодых ученых, обеспечивающих внедрение инноваций;

Структура СБИ

Отделы:

- маркетинга;
- агентство интеллектуальной собственности;
- инвестиционный;
- региональный ресурсный центр.

МЕЖВУЗОВСКИЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ БИЗНЕС-ИНКУБАТОР «ДРУЖБА»

Межвузовский студенческий бизнес-инкубатор «Дружба», именуемый в дальнейшем «СБИ», создан при Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники» как его структурное подразделение.

14 офисных помещений под проекты, 100 индивидуальных рабочих мест.

СБИ начал свою работу в сентябре 2004г.

Директор СБИ: Осипов Олег Юрьевич

Штатный состав: 40 человек.

Общая площадь: 3000 кв.м., функционирует 2000 кв.м.

Цели СБИ

Основными целями СБИ являются:

- создание с участием студентов малых предприятий - производителей наукоемкой продукции, реально способствующих переводу экономики Томской области и России на путь инновационного развития;
- отработка механизма генерации новой волны предпринимателей в области информационных технологий и радиоэлектроники;
- развитие научных школ и укрепления их связи с рынком;
- совершенствование учебного процесса;
- повышение качества подготовки молодых специалистов за счет внедрения новых форм обучения.

Задачи СБИ

Для достижения поставленных целей СБИ решает следующие задачи:

- создание условий для коммерциализации научных разработок студентов, аспирантов и молодых ученых вузов, предоставление дополнительных возможностей студентам и аспирантам для участия в проведении НИОКР, направленных на создание продукции и технологий для наукоемкого бизнеса с целью генерации новой волны предпринимателей в области информационных технологий и радиоэлектроники;
- привлечение студентов и аспирантов к процессу создания, разработки и реализации наукоемкой продукции или технологий;
- обучение студентов, аспирантов и молодых ученых вузов управлению малым инновационным предприятием.

Направления деятельности СБИ

Основными направления деятельности СБИ являются:

- организация конкурсов на организацию независимой размещение научно-технических проектов экспертизы проектов и продукции, в СБИ; созданной студентами, аспирантами и
- предоставление участникам СБИ молодыми учеными в СБИ; комплексных консультационных и маркетинговая экспертно-информационных услуг в форме исследовательская деятельность (сбор дополнительного образования по коммерческой информации о состоянии

Такое издание будет работать на основные тренды развития страны, связанные с молодежью:

– формирование инновационной модели поведения людей через создание образов успешных и современных молодых людей России, в частности, Томска и области.

– создание ситуации дискуссионной площадки на страницах издания. Тесная связь с порталом, который должен со временем стать основной дискуссионной площадкой социально активных молодых людей Томска даст возможность публиковать суть таких дискуссий.

– актуализация чувства социальной ответственности молодых людей. Формирование понимания того, что они могут и должны принимать активное участие в общественно-политической жизни страны, влиять на ход ее развития.

При проектировании ожидаемых результатов подобных проектов очень сложно ввести какие-либо количественные или качественные индикаторы, а если их и вводить, то по большей части они будут умозрительными. Городская молодежная газета – это постоянное воздействие на целевую аудиторию ГМП, это воздействие может смещать акценты в сознании молодых людей, создавать новые ценности и жизненные ориентиры.

Воздействие СМИ можно оценить количественно только в процентах электоральной активности. А воздействие одного конкретного СМИ – городской молодежной газеты измерить практически невозможно.

V. ПРОЕКТ «МОЛОДЕЖНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОРТАЛ»

Аннотация

В настоящее время существует необходимость создания единого молодежного информационного пространства. Система молодежных СМИ, различные формы коммуникации молодежи, свободный и оперативный доступ к информационным ресурсам – все это составляет основу для эффективной реализации государственной молодежной политики. Однако недостаточно проводить информационное сопровождение проектов, направленных на молодежь, важно формировать культуру применения информации на практике.

Нужна такая информационная среда, в которой любая общественная организация или молодой человек, находящиеся в любом месте социальной системы, могут контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой организацией или молодым человеком:

- для поиска, применения, распространения информации и знаний,
- для творческой самореализации,
- для актуализации и решения личных и социальных проблем,
- для выработки и обмена идеями,
- для общения,
- для активизации проектной деятельности.

Проект предполагает создание многофункционального Интернет-портала, организованного по принципу социальной сети. Данный ресурс призван объединить всю социально-активную часть молодежи, создать условия для коммуникации и способствовать развитию молодежных общественных объединений. В рамках проекта будут внедрены новые коммуникативные технологии для реализации государственной молодежной политики. В частности, создание рейтинга молодежных

объединений на основе их информационной активности, наличия мобилизационного механизма активности членов, а также на стремлении интеллектуального и организационного доминирования в своей сфере деятельности (освоение принципов аутсерсинга, использование новых методов работы). Оценка будет производиться обычными пользователями, молодежными объединениями и экспертами. Кроме этого, оцениваться будет креативность выпускаемой полиграфической продукции как фактора привлекательности для потенциальных спонсоров и сторонников среди молодежи. Т.е. важен продукт и идеи (социальные акции, занятость молодежи, образовательные программы и т.д.), которые производит организация.

Как этот рейтинг будет влиять на реальное положение дел? Стимулировать активность, креативность и мобильность членов организации. В процессе коммуникации, они смогут ответить на важные для себя вопросы о смысле, пользе и новых возможностях своей деятельности, а также попытаться заинтересовать обычных пользователей. Если членам организации не все равно как их работу оценивают другие, то для многих это придаст новый стимул в развитии, другим поможет увеличить эффективность работы, третьи не выдержат конкуренции, конструктивной критики и распадутся, что снизит расходы бюджета на неперспективные организации.

В формировании контента сайта будут задействованы молодые журналисты, которые придадут сайту динамичность и привлекательность. Для обеспечения большой (не меньше 5 тыс. хостов в день) посещаемости на портале будут предоставлены такие услуги как социальная сеть, Интернет-радио, Интернет-телевидение и функция мобильного репортера, когда каждый молодой человек может написать статью, снять новостной сюжет, и по итогам месяца получить денежное вознаграждение (критерий: количество просмотров и отзывов).

Цель

Создание социальной сети, которая объединит социально-активную часть молодежи для эффективной реализации стратегии государственной молодежной политики.

Задачи

- Предоставление молодежным организациям и объединениям возможности использования информационных ресурсов для собственного развития.
- Стимулирование молодежных инициатив по созданию сообществ взаимопомощи для решения общих проблем и реализации совместных интересов.
- Повышение конкурентоспособности молодежных общественных объединений за счет выстраивания рейтинга.
- Выстраивание сети партнерских взаимоотношений между молодыми людьми, обладающими различными ресурсными возможностями (экономическими, организационными, интеллектуальными, символическими).
- Проведение информационной политики, направленной на формирование активной гражданской и жизненной позиции.

Механизм реализации и партнеры

3. О механизмах поддержки молодежного предпринимательства в инновационной сфере

МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОЕКТ

РЕШЕНИЕ

26.09.2008 г. № _____
г. Томск

О механизмах поддержки молодежного предпринимательства в инновационной сфере

Заслушав выступление директора межвузовского студенческого бизнес-инкубатора «Дружба» О.Ю.Осипова,

Молодежный парламент Томской области РЕШИЛ:

Принять информацию к сведению.

Председатель
Молодежного парламента
Томской области

Е.С. Дорошенко

Х. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

- Сформирован позитивный образ современной молодежи.
- Молодежь представлена в информационной повестке дня.
- Молодежь принимает активное участие в решении общественных проблем и реализации планов стратегического развития города Томска и Томской области.
- Создана система информирования молодежи о возможностях и преимуществах проживания на территории города Томска и Томской области.
- Созданы условия для формирования нового типа политической культуры, ориентированной на активную гражданскую и жизненную позицию.

Для реализации данного проекта необходимо проведение нескольких этапов управленческого характера.

Во-первых, для обеспечения стартовой посещаемости ресурса будут привлечены потенциальные партнеры и участники проекта:

- молодежные общественные объединения,
- представители неформальных молодежных движений,
- органы студенческого самоуправления,
- профессиональные союзы студентов,
- учреждения высшего и среднего профессионального образования,
- органы государственной и муниципальной власти,
- политическими партиями,
- бизнес структуры.

Механизмы вовлечения участников строятся на индивидуальном подходе и совместной заинтересованности в проекте.

Главная задача заключается в создании базового контента, поддержки посещаемости, популяризации ресурса, а также формирования общественного мнения об эксклюзивных преимуществах посещения сайта, а именно перспективах вхождения в сообщество наиболее социально-активной части молодежи. Условно говоря, если молодой человек будет понимать, что портал – это модный инструмент личного роста (самореализации), тогда ему станет интересно быть не безликим пользователем, а сопричастным к сообществу людей, заинтересованных друг в друге.

Во-вторых, необходимо наладить систему работы с отделами по связям с общественностью органов власти, установить партнерские отношения с местными, региональными и федеральными информационными порталами и СМИ. В первую очередь, необходимо разработать систему обмена баннерами между Интернет-ресурсами, установить критерии сотрудничества с сетевыми СМИ.

В-третьих, организовать административную поддержку по повышению узнаваемости портала среди студентов ВУЗов, ССУЗов и муниципальных общеобразовательных учреждений. Такая поддержка может заключаться в разрешении проведения PR-кампаний на территории учреждений (например, раздача стикеров, буклетов, объявлений и т.д.)

Техническая сторона реализации и проекта состоит из нескольких пунктов:

- Написание технического задания по разработке сайта.
- Формирование информационно-новостного контента.
- Сбор баз данных по муниципальным, региональным, всероссийским конкурсам, грантам, научным конференциям, международным программам и т.д.
- Создание нормативно-правовой базы.
- Сбор репрезентативной информации о действующих на территории области молодежных общественных организациях и объединениях.

Сроки реализации

Задача	Сроки
Организационно-техническое обеспечение открытия Интернет-ресурса.	Октябрь - декабрь
Открытие сайта и кампания по привлечению постоянных пользователей. Популяризация сетевых СМИ.	Январь – март
Техническая модификация сайта в соответствии с	Февраль – март

предпочтениями пользователей (навигация, гибкая структура, корпоративная почта, подписка на рассылку и т.д.).	
Привлечение финансовых средств на самоокупаемость информационного ресурса.	Весь период

Ожидаемые результаты

В результате поэтапной реализации проекта при управленческом участии максимального количества заинтересованных сторон,

- для социально-активной молодежи создана информационная сеть, позволяющая установить многосторонние отношения и связи, а также конкурентная среда для профессионального роста;
- для социально-инертной молодежи сформирован механизм вовлечения в активную созидательную деятельность;
- для социально-слабой молодежи предоставлен инструмент актуализации проблем и возможность привлечения к ним внимания общественности;
- для социально опасной молодежи сформированы дополнительные стимулы социально приемлемого поведения и каналы социальной адаптации.

Оценками планируемого результата проекта могут служить:

- увеличение количества участников областных целевых программ государственной молодежной политики по сравнению с аналогичными программами прошлых лет,
- повышение масштабности молодежных проектов и привлечения внебюджетных средств для их реализации в пропорциональном увеличении количества источников финансирования и благотворительности,
- налаживание связей между молодежью, проживающей в сельских и удаленных районах и повышение активности участия в областных конкурсах и программах,
- увеличение количества совместных проектов при взаимной поддержке и помощи субъектов государственной молодежной политики.

VI. ИНТЕРНЕТ-РАДИО

Концепция проекта

На современном этапе развития информационных технологий, радио заметно уступает ряду каналов получения информации. Однако сам формат радиовещания позволяет его использовать в качестве оперативного источника распространения информации. Если соединить данные функции с возможностями Интернета, то его эффективность и техническая доступность существенно возрастают. В частности, использование RSS-версии портала (для мобильных телефонов) позволит вести интерактивные дискуссии с привлечением большого количества участников. Кроме этого, Интернет-радио обеспечит максимальную обратную связь со слушателями через портал, что отразится на формировании содержания радиовещания и увеличит популярность портала. Также через Интернет-радио возможно вести прямые трансляции или записи наиболее важных выступлений политиков, ученых на конференциях, интервью известных людей и т.д.

Интернет-радио можно использовать как площадку для поддержки томских музыкальных групп.

Проект создания Интернет-радио будет реализован в рамках молодежного информационного портала. Главная его задача – ретрансляция событийного ряда в звуковой формат.

VII. ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Концепция проекта

Если учитывать тот факт, что Интернет в Томске является самым популярным видом СМИ, то будет логичным применить его возможности для передачи информации в ТВ формате. На базе портала будет предоставлена функция «мобильный репортер». Любой пользователь может подготовить новостной сюжет и после модерации системными администраторами он будет размещен на портале, а сам автор получит денежное вознаграждение. Кроме этого, молодежным общественным организациям будет оказываться помощь в съемке и размещении презентаций об их деятельности.

Интернет-телевидение должно стать новым уровнем в развитии и трансляции позитивных образов и ценностей путем создания видео-роликов. Активное освоение российского и мирового Интернета с целью распространения социально-полезных установок и культурных ценностей станет одним из главных инструментов формирования и продвижения положительного образа Томска в глобальном информационном пространстве.

VIII. МОЛОДЕЖНЫЙ ЦЕНТР КРЕАТИВА

Концепция проекта

Информационное поле не ограничивается лишь СМИ. Городская среда также является мощным источником получения информации. Различные виды наружной, а также партизанской рекламы могут быть использованы в качестве инструментов влияния на общественное мнение. Уже сегодня отдельные молодежные субкультуры занимаются визуальным преобразованием уличного пространства. Но, как правило, делают это с правонарушениями и бессистемно.

Создание сообщества молодых креаторов позволит целенаправленно формировать положительный облик города. Данная деятельность предполагает проведение мероприятий, направленных на создание положительных эмоциональных эффектов на разных территориях города, а также на формирование молодежной моды через распространение патриотичной атрибутики, одежды и других вещей.

IX. ЭТАПЫ И СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Этап	Содержание	Сроки, 2009 г.
Подготовительный	Разработка бизнес-плана молодежного медиа-центра. Привлечение спонсоров и заинтересованных сторон. Поиск и подготовка штатного персонала.	октябрь – декабрь
Организационный	Создание организационно-правовой формы и структуры молодежного медиа-центра.	январь-февраль
Этап реализации	Начало работы молодежного медиа-центра. Запуск инсайд-проектов.	январь – ноябрь
Заключительный	Подведение итогов работы медиа-центра. Разработка и планирование бюджета на следующий год.	декабрь