

**ДОГОВІР № 80794**  
**про надання гранту**

м. Київ

« 14 » червня 2019 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, що діє на підставі Положення про Український культурний фонд, затвердженого наказом Міністерства культури України від 21.08.2018 року № 719, з однієї сторони, та ФОП Малиш Ольга Олександрівна (далі – Грантоотримувач) в особі Малиш Ольги Олександрівни, що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань за № 2354 000 0000 011197 від 10.08.2016 року., з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

### I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурного проекту «Безкоштовний онлайн курс (МООС) для митців “Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт”» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці згідно з додатком 1 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

### II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 15 жовтня 2019 року.
2. Проект реалізується поетапно згідно з графіком, визначеним у пункті 1

проектної заявки.

3. Для підтвердження реалізації відповідного етапу Проекту Грантоотримувач надає Фонду проміжний змістовий звіт (додаток 2) та звіт про використання частини суми гранту (додаток 3).

Днем реалізації відповідного етапу Проекту є день підписання Фондом проміжного змістового звіту та звіту про використання частини суми гранту.

4. Для підтвердження реалізації Проекту в цілому Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт (додаток 4) та звіт про використання суми гранту (додаток 5).

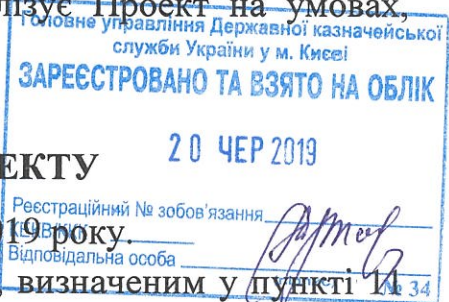
Днем реалізації Проекту є день підписання Фондом змістового звіту, звіту про використання суми гранту та акта про виконання Проекту.

### III. СУМА ГРАНТУ ТА ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ

1. Загальна сума гранту становить 457 205 грн. 80 коп. (чотириста п'ятдесят сім тисяч двісті п'ять гривень 80 копійок) без ПДВ.

2. Попередню оплату від загальної суми гранту Фонд перераховує у таких розмірах та у такі строки:

1) 137169,74 грн. 25.08



137 161 грн. 74 коп. (сто тридцять сім тисяч сто шістдесят одна гривня 74 копійки) без ПДВ не пізніше ніж до 26 липня 2019 року.

3. Фонд перераховує кожен наступну частину попередньої оплати від загальної суми гранту після підписання проміжного змістового звіту та звіту про використання частини суми гранту (у разі необхідності).

4. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання змістового звіту та звіту про використання суми гранту.

5. Перерахування коштів здійснюється в безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

#### IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проекту відповідно до умов цього Договору.

2. Грантоотримувач зобов'язується:

1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;

2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проектів, пов'язаних із кіновиробництвом);

3) реалізувати Проект у строки, визначені у пункті 1 розділу II цього Договору;

4) надавати Фонду звіти, передбачені пунктами 3, 4 розділу II цього Договору;

5) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проекту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;

6) у разі якщо реалізацію Проекту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту.

3. Фонд має право:

1) ознайомлюватися з первинною документацією, пов'язаною з реалізацією Проекту;

2) вимагати від Грантоотримувача будь-які документи, інформацію та пояснення щодо його дій, пов'язаних з виконанням цього Договору та реалізацією Проекту;

3) використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, отримані в процесі реалізації Проекту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

4. Фонд зобов'язується:

1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;

2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, у тому числі проміжних, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

## **V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН**

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.

2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.

## **VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЕКТУ**

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проекту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем.

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, отримані в процесі реалізації Проекту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проекту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації мають містити інформацію про те, що Проект реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.

4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проекту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

## **VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ**

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача (чи його партнерів) та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проекту, форму якого наведено у додатку 6 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

оплата заборгованостей Грантоотримувача;

видатки за Проектом, раніше профінансовані з інших джерел;

основні засоби, інші необоротні матеріальні активи, нематеріальні активи;

видатки на підготовку проектної заявки;

інші витрати, здійснені не за призначенням.

## **VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ**

1. Грантоотримувач веде належний бухгалтерський облік та звітує перед Фондом в процесі реалізації Проекту в порядку, передбаченому цим Договором.
2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проекту, зокрема виписки за рахунками.
3. Фонд має право проводити технічну перевірку процесу реалізації Проекту, у тому числі за місцезнаходженням Грантоотримувача та за місцем фактичної реалізації Проекту.

## **IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ**

1. У разі істотних порушень умов цього Договору, визначених Законом України «Про Український культурний фонд», його може бути розірвано за заявою Фонду в односторонньому порядку.
2. Рішення Фонду про розірвання цього Договору приймається за наявності факту істотного порушення його умов.
3. У разі дострокового розірвання цього Договору внаслідок використання будь-якої частини гранту не за призначенням або з порушенням чинного законодавства Грантоотримувач зобов'язаний протягом 20 календарних днів з дня отримання повідомлення про розірвання цього Договору в односторонньому порядку повернути у повному обсязі перераховані Фондом кошти.

## **X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)**

1. У разі виникнення форс-мажорних обставин Сторони звільняються від своїх зобов'язань за цим Договором. Форс-мажорними обставинами визнаються усі обставини, визначені Законом України «Про торгово-промислові палати в Україні».
2. У разі настання таких обставин кожна зі Сторін має повідомити іншу у письмовій формі протягом 5 календарних днів.

## **XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ**

1. Тлумачення умов цього Договору здійснюється відповідно до норм чинного законодавства України.
2. Усі спори або розбіжності, що впливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

## ХІІ. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2019 року.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

2. У разі зміни уповноваженої особи Сторони невідкладно повідомляють одна одну.

3. Обмін інформацією відбувається між Сторонами будь-якими можливими та прийнятними засобами зв'язку.

4. Електронне повідомлення вважається отриманим Стороною-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що воно не було відправлено. У цьому разі Сторона, яка направляє повідомлення, має негайно відправити його ще раз за будь-якими іншими відомими та попередньо визначеними адресами, зазначеними у пункті 6 цього розділу.

5. Кореспонденція, що направляється Сторонами з використанням послуг поштового зв'язку, вважається отриманою Стороною в установленому законодавством порядку.

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.nord@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Малиш Ольга Олександрівна

7. Грантоотримувач вживає всіх необхідних заходів для запобігання випадкам, коли неупереджене та справедливе здійснення цього Договору конфліктує з особистими інтересами (інтересами членів родини), інтересами економічного характеру чи будь-якими іншими подібними інтересами (далі – Конфлікт інтересів).

8. Про будь-який випадок, що містить або може призвести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

9. Фонд та Грантоотримувач зобов'язуються дотримуватись конфіденційності щодо інформації та змістових матеріалів Проекту, які стали відомі під час виконання цього Договору.

10. У разі якщо правила і процедури для Грантоотримувачів вимагають проведення публічних закупівель, такі правила і процедури мають відповідати національним або міжнародним стандартам та принципам прозорості, пропорційності, ефективного фінансового управління, рівного ставлення і відсутності дискримінації.

11. Грантоотримувач погоджується, що будь-які персональні дані, зазначені у цьому Договорі, обробляються Фондом відповідно до Закону України «Про захист персональних даних».

12. Договір складено українською мовою у двох примірниках (по одному для кожної зі Сторін), що мають однакову юридичну силу.

### ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

Невід'ємними частинами цього Договору є додатки до нього, а саме:

- додаток 1 – проектна заявка;
- додаток 2 – проміжний змістовий звіт;
- додаток 3 – звіт про використання частини суми гранту;
- додаток 4 - змістовий звіт;
- додаток 5 – звіт про використання суми гранту;
- додаток 6 – кошторис проекту.

### ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

#### Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:  
01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19  
Адреса для листування:  
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12  
ЄДРПОУ: 41436842  
Банківські реквізити:  
Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві  
Р/р: 35213083000458  
МФО: 820172  
Тел.: +38 (044) 504-22-66

Виконавчий директор

Ю.О. Федів

#### Грантоотримувач

Фізична особа-підприємець Малиш  
Ольга Олександрівна

Юридична адреса: 08300, Київська обл.,  
м. Бориспіль, вул. Свободи, 24  
Адреса для листування: 04070, м. Київ,  
вул. Волоська, 32/34, кв. 28  
ЄДРПОУ: 3235013022  
Банківські реквізити:  
Назва банку/філії: ПАТ «ПриватБанк»  
м. Київ

Фізична особа-підприємець

О.О. Малиш



*Handwritten signature*



**Заявка на фінансування  
в рамках програми  
«Навчання. Обміни.  
Резиденції. Дебюти»**

**Інструкція для заявника:**

1. Заповнити заявку в програмі Word.
2. Роздрукувати в хорошій якості.
3. Поставити дату заповнення та підпис.
4. Відсканувати в форматі PDF та надіслати через онлайн-кабінет сайту <https://ucf.in.ua/>
5. Оригінал заявки разом з іншими документами аплікаційного пакету надіслати на адресу:  
вул. Лаврська 10-12 м. Київ, 01010,  
Український культурний фонд (програма Н.О.Р.Д.)

**Розділ I: Візитна картка проектної заявки**

|  |   |
|--|---|
| <b>Конкурсна програма</b>  | <input checked="" type="checkbox"/> «Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти»  |
| <b>ЛОТ конкурсної програми «Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти» (потрібно обрати один варіант)</b> | <input checked="" type="checkbox"/> Освітні програми<br><input type="checkbox"/> Мобільність та програми обміну<br><input type="checkbox"/> Резиденції<br><input type="checkbox"/> Дебюти   |
| <b>Тип проекту</b>   | <input checked="" type="checkbox"/> індивідуальний проект<br><input type="checkbox"/> проект національної співпраці<br><input type="checkbox"/> проект міжнародної співпраці  |
| <b>Сектор культури і мистецтв (потрібно обрати один варіант)</b>                                     | <input type="checkbox"/> візуальне мистецтво<br><input type="checkbox"/> аудіальне мистецтво<br><input type="checkbox"/> дизайн та мода<br><input type="checkbox"/> перформативне та сценічне мистецтва<br><input type="checkbox"/> культурна спадщина<br><input type="checkbox"/> література та видавнича справа<br><input checked="" type="checkbox"/> культурні та креативні індустрії |

**Назва проекту**

Безкоштовний онлайн курс (MOOC) для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт"

**Назва проекту англійською мовою**

Free online courses (MOOC) for artists "Art-marketing: promotion of your own cultural product"

**Короткий опис проекту (до 100 слів)**

Проект передбачає впровадження для представників творчих професій, письменників, художників, музикантів, акторів, артистів різних жанрів, що мають власний культурний продукт, інноваційного безкоштовного онлайн-курсу "Арт-маркетинг: просування власного культурного продукту" від провідних експертів арт-маркетингу у моос-форматі (лекції та практичні завдання онлайн). Слухачі онлайн курсу одержать практичні навички самопрезентації, пітчінгу власних культурних проектів, брендингу та розробки стратегій просування власних культурних проектів, побудови комунікацій зі ЗМІ (підготовка до інтерв'ю, ефірів прес-заходів) та ефективного використання соціальних мереж для популяризації серед громадськості власних культурних проектів. Проект буде реалізовано на базі результатів та зворотного зв'язку учасників модельного тренінгу для митців "Як просувати свій культурний продукт?" (2018)

*Малюк*







gm.malysh@gmail.com

+38 (093) 768 80 83

#### Правова форма організації

фізична особа підприємця

#### Код ЄДРПОУ організації

3235013022

Юридична адреса організації  
08300, Київська обл., м. Бориспіль,  
вул. Свободи, 24

Фізична адреса організації  
08300, Київська обл., м. Бориспіль, вул.  
Свободи, 24

Поштова адреса організації  
04070, м. Київ, вул. Волоська,  
32/34, кв. 28

#### Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах

<https://fob.in.ua>

## Розділ IIIб: Інформація про організацію-заявника

### Основні стратегічні напрями діяльності організації

Наша ТМ "Friends of Brands" - це голос важливих ідей. Наша мета полягає у просуванні брендів та суспільних ідей та їх навчання самостійному просуванню власних проектів. Щодо основних видів діяльності: КВЕД 73.11, рекламні агентства; розробка та реалізація комунікаційних та рекламних кампаній для культурних, соціальних та комерційних проектів з використанням новітніх маркетингових інструментів КВЕД 85.59, інші види освіти, н. в. і. у., проведення комунікаційних тренінгів для культурних, соціальних та комерційних проектів

### Обґрунтування відповідності заявленого проекту основним стратегічним напрямкам діяльності організації

Проект зі створення та просування безкоштовного онлайн курсу (МООС) для митців "Арт-маркетинг: просування власного культурного продукту" відповідає основним напрямкам діяльності організації, зокрема при розробці курсу КВЕДу 85.59, інші види освіти, н. в. і. у., (проведення комунікаційних тренінгів для культурних проектів) та у просуванні курсу КВЕДу 73.11, рекламні агентства (розробка та реалізація комунікаційних та рекламних кампаній для культурних проектів з використанням новітніх маркетингових інструментів). Ми працюємо з великими культурними проектами, такими як Форум видавців, фільм "Фокстер і Макс", Interpipe Tech Fest, гурт KAZKA, видавництво BookChef. З нашого досвіду, часто митці не мають достатньо фінансування, щоб звернутися за допомогою у просуванні до професійних фахівців (принаймні на початкових етапах), тому їм необхідно отримати базові навички самостійного просування власного продукту. Також, митець є обличчям культурного проекту тому, йому і в подальшому знадобляться навички самопрезентації та публічної презентації культурного проекту, правила для взаємодії з журналістами під час гостьових ефірів, репортажів та інтерв'ю, секрети ефективного використання соціальних мереж для просування проекту. Формат безкоштовного онлайн-курсу дозволить надати необмежений доступ до якісних сучасних знань з арт-маркетингу в кожному куточку України та підвищить загальний рівень реалізації промо-кампаній культурних проектів.

### Наявність матеріально-технічної бази

У команди проекту наявне все необхідне обладнання та матеріально-технічні ресурси для реалізації проекту, в тому числі обладнаний комп'ютерною технікою координаційний офіс команди проекту

### Приклади успішно реалізованих проектів, попередні гранти

#### Інтерактивний тренінг "Як просувати власний культурний продукт?"

розробка та пілотування проекту в рамках якого ми отримали 1 154 реєстрації на тренінг, з яких відібрали 25 учасників з власними проектами для безпосередньої участі у тренінгу, запис онлайн-трансляції переглянули вже понад 2 600 осіб, з них 1 126 в день тренінгу. Рівень знань учасників тренінгу зріс з 49,7% до 87,4% згідно з даними опитування. В рамках проведення інформаційної кампанії загальне охоплення проекту склало 3 016 302 інформаційних контактів, отримано 40 публікацій у національних суспільно-політичних та суспільно-культурних ЗМІ, 3 гостьові ефіри зі спікерами проекту, 46 постів в соціальній мережі Facebook, 8 відеороликів в соціальній мережі YouTube.

#### Онлайн курс (МООС формат) з протидії булінгу "Недискримінаційний підхід у навчанні" 2018

піар та смм-підтримка проекту, в рамках якої ми отримали 89 виходів у ЗМІ, загальне охоплення проекту складає 5 368 563 інфоcontactів. Понад 12 000 слухачів прослухали курс протягом першого року існування.

#### Книжковий форум "Форум видавців-2017"



піар та смм-підтримка проекту, понад 17 000 згадувань проекту в ЗМІ та соціальних мережах, максимальна кількість публікацій про Форум за один день - 2 215, 8 405 авторів написали про Форум, понад 80 000 гостей відвідали Форум у період з 11 по 17 вересня 2017 року. У порівнянні з попереднім роком кількість публікацій про Форум видавців зросла у 3 рази

#### **Всеукраїнське прибирання "Let's do it, Ukraine-2016"**

національна піар-підтримка проекту та навчання кількості активістів 24-х регіонів реалізації промо-кампаній соціальних проектів. Більш ніж 5000 локацій фестивалю. Понад 500 000 учасників. 500+ анонсуємих матеріалів у ЗМІ в останній місяць підготовки проекту

#### **Єдина база ініціатив по допомозі ветеранам АТО "Без броні" 2016**

медіа-кампанія проекту, 610 безкоштовних виходів промо-роликів на "1+1", "2+2", ТРК "Україна", 112-му і 24-му каналах, 540 безкоштовних виходів на радіо "Мелодія", "Rocks", "Русское радио", "Шансон", 15-відео-репортажів на ТВ; 6 репортажів на радіо, 3 500 000 інфоконтактів — охоплення кампанії за півроку

#### **Тренінговий досвід Ольги Малиш:**

- тренінги з комунікації в Школі рекламних технологій протягом 4 років (медіа-події, ефективність в комунікаціях, управління проектами в галузі комунікацій) від 15 до 35 студентів, щороку чотири 2-годинні лекції п'ять разів на рік (керівники середньої та середньої комунікації, студенти зі ступенем магістра або бакалавра в галузі комунікацій)
- тренінги для комітетів Верховної Ради України, 5 годин навчання з комунікаційної стратегії та вірусних комунікацій для 25 співробітників Комітетів Верховної Ради України
- тренінги з просування для малого і середнього бізнесу в рамках Програми відновлення та налагодження миру ПРООН в Україні за фінансової підтримки Посольства Великої Британії
- тренінги для Центру управління розвитком "Кайт", 6 годин навчання з практикою створення вірусної комунікаційної кампанії для 20 активістів українських неурядових організацій
- Тренінги для Talent HUB (Черкаси) - 4 години тренінгу з теорії та практики ефективних комунікаційних кампаній для 35 активістів з НУО в Черкасах
- Тренінги з підготовки ветеранів АТО до державної служби "За ветеранів до влади", проведення тренінгів з комунікацій для майбутніх держслужбовців (Краматорськ, Київ) - 3 години тренінгу з теорії та практики ефективних комунікаційних кампаній для 10 активістів з Краматорська
- Тренінги для студентів з ступенем магістра або бакалавра з комунікацій (від 15 до 250 студентів). Growth in PR, Літня школа IBS, творчі простори Chasorups, SmartBibliotech, Фрейд Хаус (Київ), студенти НаУКМА, Національного університету імені Тараса Шевченка, Національного університету харчових технологій

Самостійно, а також у складі ГО "Студена" та ГО "Центр ЮА" отримувала наступні гранти:

- листопад 2018 - жовтень 2019 (триває), проект "Жінки за доброчесність" з протидії побутовій корупції, Проект фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) та впроваджується MSI в Україні
- жовтень - грудень 2018 року, проект "Як просувати власний культурний продукт?", розробка та пілотування модельного тренінгу для митців, проект здійснюється за підтримки Українського культурного фонду
- січень - жовтень 2018 року, проект "Гендерно-чутливий та недискримінаційний підхід у навчанні", онлайн курс для вчителів початкових класів, проект здійснюється за підтримки Програми сприяння громадській активності "Долучайся!", що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) та впроваджується ПАСТ в Україні
- січень - жовтень 2018 року (триває), проект "Вервечка", онлайн-платформа для стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу Донецької та Луганської областей, проект здійснюється в рамках Української Ініціативи з Підвищення Впевненості (UCBI), за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID)
- червень - грудень, 2017, проект "Клуб випускників "За ветеранів до влади", експертне консультування державних чиновників, проект здійснювався за підтримки Міжнародного благодійного фонду "Відродження"
- травень 2017 - лютий 2018, проект "Ефективне місто", стимулювання місцевого активізму у 16-ти містах Донецької та Луганської областей, проект здійснювався в рамках Української Ініціативи з Підвищення Впевненості (UCBI), за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID)
- вересень 2016 - березень 2017 року, проект "Без броні-2", єдина база ініціатив по допомозі ветеранам АТО (рейтингування сервісів допомоги), проект здійснювався в рамках Української Ініціативи з Підвищення Впевненості (UCBI), за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID)
- вересень 2016 - лютий 2017, проект "За ветеранів до влади", програма підготовки ветеранів АТО до державної служби, проект здійснювався в рамках Української Ініціативи з Підвищення Впевненості (UCBI), за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID)
- червень-листопад 2016 року, проект "Центр психо-соціальної адаптації ветеранів АТО "Поруч", проект здійснюється за підтримки Міжнародного Медичного Корпусу (ІМС) - глобальної, гуманітарної, некомерційної організації
- грудень 2015 - травень 2016 року, проект "Без броні", єдина база ініціатив по допомозі ветеранам АТО, проект здійснювався в рамках Української Ініціативи з Підвищення Впевненості (UCBI), за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID)



ринкових умов; **вдосконалення культурної освіти**; формування цілісного інформаційно-культурного простору", а також **"підтримку інновацій, нових знань, креативних індустрій, що відповідають викликам XXI століття"**. Таким чином, поширення сучасних знань в технологіях просування для проектів культурних та креативних індустрій є вагомим передумовою того щоб вони були почутими та отримали визнання аудиторії, на яку заслуговують.

Крім того, нещодавно, а саме 31 травня 2018 Президент України підписав Указ "Про невідкладні заходи щодо зміцнення державного статусу української мови та сприяння створенню єдиного культурного простору України", де в п.2 вказав на необхідність врахування заходів щодо **"підтримки інновацій, нових знань та розвитку сучасних культурних індустрій"** при розробці Кабінетом Міністрів у двомісячний строк державної цільової програми на 2018 - 2028 роки, спрямованої на забезпечення всебічного розвитку і функціонування української мови як державної в усіх сферах суспільного життя, створення єдиного культурного простору України та збереження цілісності культури.

## 2. Мета, цілі та завдання проекту

З якою метою реалізовується проект? Яких конкретних цілей планується досягти втіленням цього проекту? Якими є індикатори досягнення цілей? Які завдання планується виконати під час реалізації проекту?

**Метою проекту є підвищення рівня обізнаності українських авторів та митців у сучасних інструментах просування культурних проектів та надання їм практичних навичок по просуванню власного культурного продукту.**

### Вимірюваною і конкретною ціллю проекту є:

Створити та популяризувати серед цільової аудиторії з охопленням понад 600 000 інфоcontactів безкоштовний 5-годинний онлайн-курс "Арт-маркетинг: просування власного культурного продукту" від провідних експертів арт-маркетингу у моос-форматі, на проходження якого протягом 3-х місяців реалізації проекту зареєструються понад 1500 українських митців, що дозволить їм підвищити власний рівень обізнаності у сучасних інструментах просування культурних проектів.

### Індикаторами досягнення цілі є:

- **перелік матеріалів курсу:** розробка структури, відео та методичних матеріалів, тестових завдань 5-годинного онлайн-курсу (методичка, відео-лекції, тестові завдання для отримання електронного сертифікату)
- **діюча онлайн-платформа курсу:** розміщення матеріалів курсу у моос-форматі на онлайн-ресурсі у загальному доступі (веб-сторінка курсу)
- **кількість учасників курсу:** реєстрація 1500+ охочих на проходження онлайн-курсу "Арт-маркетинг: просування власного культурного продукту"
- **якість засвоєння матеріалів курсу:** середній рівень засвоєння матеріалів курсу учасниками на рівні 75% за результатами підсумкового онлайн-тестування
- **популяризація курсу:** 600 000+ інфоcontactів серед цільової аудиторії в рамках інформаційної кампанії проекту

### До завдань проекту можемо віднести наступні:

- навчити українських авторів та митців самопрезентації та презентації власного культурного продукту
- ознайомити українських авторів та митців з основами брендингу культурного продукту
- ознайомити українських авторів та митців з принципами побудови стратегії просування культурного продукту
- продемонструвати для українських авторів та митців принципи роботи сучасних рекламних інструментів
- навчити українських авторів та митців ефективній роботі зі ЗМІ для просування культурного продукту
- навчити українських авторів та митців ефективно використовувати соціальні медіа для просування власного культурного продукту
- надихнути українських авторів та митців до використання новітніх інструментів просування власного культурного продукту, використовуючи найкращі кейси із сучасної світової практики

До участі до безкоштовного онлайн-курсу "Арт-маркетинг: просування власного культурного продукту" від провідних експертів арт-маркетингу у моос-форматі запрошуються **митці з різних куточків України.**

### Етапи проекту в процесі реалізації:

1. **Підготовка проекту.** Планування проекту, оцінка ризиків PEST та SWOT-аналіз. Підготовка інформаційних матеріалів про проект, методологічної бази онлайн-курсу на основі матеріалів тренінгу "Як просувати власний культурний продукт" та фідбеку учасників оффлайн-тренінгу (анкетування).. Розробка сценаріїв відео-лекцій та тестових завдань. Розробка онлайн-платформи для розміщення курсу. Розробка візуальної айдентики проекту.
2. **Підготовка контенту.** Запис та монтування відео-лекцій проекту, упорядкування тестових завдань курсу.
3. **Аносування проекту.** Укладення медіа-партнерства. Запуск анонуючої кампанії у ЗМІ та запуск рекламної кампанії у соціальних мережах проекту. Відкриття онлайн-форми для реєстрації на онлайн-курс. Розповсюдження посилання на пре-реєстрацію онлайн-курсу. Розповсюдження новин про проект, проведення інтерв'ю та гостьових ефірів зі спікерами
4. **Запуск онлайн-курсу.** Запуск курсу на онлайн-платформі. Запрошення зареєстрованих учасників до початку навчання на курсі. Проведення промо-практикумів від спікерів онлайн-курсу у Києві, Харкові та Львові з метою популяризації онлайн-курсу. Оренда приміщення та презентаційної техніки. Підготовка роздаткового матеріалу та сценарію заходу. Реєстрація учасників та спікерів. Проведення модерації, ввідного та підсумкового заходів.

## Розділ IV: Детальний опис проекту

### 1. Актуальність проекту

Чому запропонований проект є актуальним для загального культурного контексту в цілому та заявника, зокрема? В чому полягає важливість та унікальність проекту? З якою проблематикою працює проект? Чи проект пропонує цікаве та альтернативне рішення в контексті вже існуючої проблематики? Чи був проект частково чи повністю втілений раніше? Як проект доповнює вже наявні культурні ініціативи, на локальному / регіональному / національному / міжнародному рівнях?

*"Проблема сучасних культурних індустрій у невмінні працювати зі своєю цільовою аудиторією, нерозумінні, як її знайти та як їй доносити інформацію про себе... Ще одна проблема, відсутність комунікаційної стратегії проекту, бо комунікаційна стратегія - це 50% успіху проекту"*  
Юлія Федів, виконавчий директор Українського культурного фонду, публічна дискусія "Фінансування для культурних та креативних проектів", 14 листопада 2018 року

З нашого досвіду реалізації рекламно-комунікаційних кампаній, значна частина авторів культурних проектів критично потребує знань в сучасних технологіях маркетингу, реклами, зв'язків з громадськістю та просування у соціальних медіа для більш ефективного донесення інформації про свій проект до широкої громадськості. Дуже часто митці не мають достатньо фінансування, щоб звернутися за допомогою у просуванні до професійних фахівців (принаймні на початкових етапах), тому їм необхідно отримати базові навички самостійного просування власного продукту. Також, митець є обличчям культурного проекту тому, йому і в подальшому знадобляться навички самопрезентації та публічної презентації культурного проекту, правила для взаємодії з журналістами під час гостей ефірів, репортажів та інтерв'ю, секрети ефективного використання соціальних мереж для просування проекту.

Минулого року за підтримки Українського культурного фонду ми реалізували розробку та пілотування модельного тренінгу для митців "Як просувати власний культурний продукт?", який пройшов з нечуваним ажіотажем. На 25 місць для участі в оффлайн тренінгу ми отримали 1 154 заявки від охочих (таким чином конкурс становив **46,16 людей на місце**), ще 2 693 переглядів (з них **1 126 в день проведення**) тренінгу онлайн ми отримали завдяки інтерактивній онлайн-трансляції тренінгу YouTube та Facebook. Таким чином, ми побачили прекрасний потенціал для онлайн-освіти і величезний запит на неї від митців. Цього року ми би хотіли розвинути проект на базі платформи для безкоштовного масового онлайн-навчання та перетворити в повноцінну 5 тижневу моос-програму "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт", розмістивши для загального доступу на одному з ресурсів на зразок EdEra, Prometheus, Platfor.ma, тощо. По завершенні онлайн-курсу та проходженні тестування кожен учасник має змогу отримати електронний сертифікат про проходження курсу.

Світова тенденція до масової безкоштовної онлайн освіти (моос) розвинулася у 2012-му за даними New York Times "The Year of the MOOC", а з 2014-го набула поширення і в Україні. Приміром, аудиторія ресурсу Prometheus зараз нараховує близько 700 000 активних користувачів. Зразкові курси моос-формату зі світової сфери арт-маркетингу, на які ми будемо орієнтуватися у розробці власного курсу це проект на Coursera від Università Bocconi під кураторством Andrea Rurale, Master in Arts Management and Administration <https://www.coursera.org/learn/arts-heritage> та проект Гете інституту "MOOC Managing the Arts" <https://www.goethe.de/en/uun/au/uf/dsk/mooc.html>

Ми прагнемо створити першу у цій сфері адаптовану до вітчизняних реалій 5 тижневу моос-програму "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт" українською мовою і популяризувати її серед митців. Проект буде реалізовано на базі результатів та зворотного зв'язку (анкетування) учасників модельного тренінгу для митців "Як просувати свій культурний продукт?" (2018).

До проведення тренінгу планується залучити **відомих українських експертів у просуванні культурних проектів: Оксану Хмелевську, Катерину Тейлор та Катерину Аврамчук**. Просування онлайн-курсу та публікація ключових тез спікерів курсу відбудеться на власних сторінках проекту у соціальних мережах Facebook та YouTube та на сторінках у соціальних мережах партнерів. До промоції тренінгу будуть залучені національні суспільно-політичні та суспільно-культурні ЗМІ шляхом поширення анонсів тренінгу, а також залучення спікерів тренінгу до гостей ефірів та інтерв'ю. Також для більш якісного висвітлення події планується залучення медіа-партнерів, такий як **Platfor.ma, Країна, Тиждень, UA: Культура** та ін.

Ключовим елементом розвитку державності є розвиток національної культури. У XXI сторіччі культурний продукт матиме попит у аудиторії виключно за умов ефективного використання сучасних технологій маркетингу та комунікацій, які дозволять донести його цінність для споживача. Відповідно до ст 11. Конституції України держава сприяє **"розвиткові української нації, ... її традицій і культури"**. На забезпечення цього принципу 1 лютого 2016 року Розпорядженням КМУ №119-р була прийнята **Довгострокова стратегія розвитку української культури**, яка, в тому числі, серед стратегічних напрямів реформ визначила **"забезпечення державної підтримки національного культурного продукту, провідної ролі митців та менеджерів культури у створенні, поширенні та збереженні національного культурного продукту; формування попиту і споживача сучасного культурного продукту і культурних послуг; культурної політики та**

- підвищення якості просування культурних проектів в Україні, що сприятиме вищому залученню аудиторії та популяризації сучасної культури

Для вимірювання короткострокових результатів реалізації проекту учасники онлайн-курсу будуть онлайн-тестування, а також заповнять анкету до початку проходження курсу та наприкінці.

- 1) Відна анкета міститиме опитування очікувань від курсу та визначення рівня обізнаності з тематики тренінгу за шкалою від 1 до 10.
- 2) Підсумкова анкета міститиме тест по фактажу, оцінку рівня викладання кожної з тем за шкалою від 1 до 10 та відгук про курс за шкалою від 1 до 10 за категоріями: інформативність, практичність та зрозумілість

Аналіз результатів анкетування дозволить визначити результативність виконання поставлених цілей та завдань. В рамках проведення анкетування результативним вважатиметься зростання обізнаності з тематики тренінгу до рівня 75% та середня підсумкова оцінка тренінгу не нижче 7,5 балів.

Інформаційна кампанія курсу передбачатиме підсумковий моніторинг кількості публікацій у ЗМІ, а також охоплення публікацій про проект у ЗМІ та соціальних мережах.

В рамках проведення інформаційної кампанії результативним вважатиметься досягнення наступних показників:

- загальне охоплення проекту 600 000+ інформаційних контактів
- охоплення 350 000+ інформаційних контактів у ЗМІ
- 20+ публікацій у національних суспільно-політичних та суспільно-культурних ЗМІ
- 3+ гостьових ефіри/інтерв'ю зі спікерами проекту
- 30+ пости в соціальній мережі Facebook та Instagram
- 2+ відеоролики в соціальній мережі YouTube
- 3 промо-практикуми у містах Києві, Львові та Харкові на 15+ осіб
- охоплення 250 000+ інформаційних контактів у соціальних мережах

#### 4. Команда проекту (члени організації-заявника та залучені фахівці, за трудовим договором або угодою цивільно-правового характеру, а також ті, хто надає послуги як ФОП)

| Прізвище, ім'я та по-батькові кожного члена проектної команди | Функціональні обов'язки в проекті  | Відповідний досвід  |
|---|--|---|
| Русанов Олександр Олександрович                               | <b>координатор проекту:</b> координація проекту, контроль дотримання цілей та задач проекту, строків та умов його виконання, переговори з ключовими партнерами, спікерами та підрядниками, координація зйомки онлайн-курсу | досвід проектного менеджменту - понад 5 років, заступник директора Київського обласного театру, проектний менеджер проекту "Кривомобіль"  |
| Лазаренко Марина Сергіївна                                    | <b>асистент координатора проекту:</b> адміністрування проекту, ведення проектної документації, комунікація з учасниками проекту, допомога спікерам у організації зйомки,   | досвід проектного менеджменту - 2 роки, координатор проекту "Відкрита бібліотека", фестивалю "3 країни в Україні"   |
| Буянкін Олександр Олександрович                               | <b>менеджер з соціальних медіа:</b> ведення соціальних мереж проекту, ведення рекламної кампанії проекту в соціальних мережах, організація онлайн-відбору заявок на участь у курсі   | професійний досвід роботи з соціальними медіа - понад 5 років, керівник digital-підрозділу Форуму видавців 2017, керівник digital-команди Lviv Yoga Day 2017                    |
| Мовчан Наталія Григорівна                                     | <b>менеджер з комунікацій:</b> координація промо-кампанії проекту, укладення медіа-партнерства, робота зі ЗМІ по висвітленню проекту, взаємодія з учасниками,  | досвід роботи у комунікаціях - понад 9 років, менеджер з комунікацій компанії Bosch Ukraine та Дитячого форуму 2018   |
| Омелянеко Лілія Сергіївна                                     | <b>дизайнер:</b> розробка айдентики та фірмового стилю проекту, дизайн промо-матеріалів, розробка шаблону презентацій, дизайн публікацій для соціальних мереж та онлайн-афіші проекту                                      | дизайнер з 7-річним досвідом, автор благодійного дизайн-проекту "Добра листівка"  |
| Балацька Анна Сергіївна                                       | <b>експерт з моніторингу та оцінки:</b> розробка анкети, організація анкетування перед та після тренінгу, збір даних медіа-моніторингу та моніторингу і аналітики соціальних   | досвід діяльності в якості експерта з моніторингу та оцінки - понад 3 роки, експерт з моніторингу та оцінки проекту "Недискримінаційний та гендерно-чутливий підхід у навчанні" |

*Мовчан О.О.*



- 
5. **Пост-висвітлення та звітність по проекту.** Публікація ключових тез спікерів. Публікація репортажної новини з промо-практикумів з фото та відгуками учасників. Публікація репортажних фото у соціальних мережах. Опрацювання результатів анкетування. Проведення медіа-моніторингу. Моніторинг та аналітика результатів просування проекту у соціальних мережах. Підсумковий звіт по проекту.

#### Попередня програма онлайн-курсу “Як просувати власний культурний продукт”

**Навчальний тиждень 1.** Навички самопрезентації та нетворкінгу. Пітчинг у культурних проектах. (лектор навчального блоку - Катерина Тейлор)

- 5 відео-уроків (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (30 хвилин), тестування (10 хвилин), практична справа (30 хвилин) *Презентація власних культурних проектів*

**Навчальний тиждень 2.** Брендінг культурного продукту: створення цінності для споживача. (лектор навчального блоку - Катерина Аврамчук)

- 7 відео-уроків (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (1 година), тестування (10 хвилин), практична справа (30 хвилин) *Розробка архітектури бренду власних культурних проектів.*

**Навчальний тиждень 3.** Стратегія просування культурного продукту: тонкощі планування та втілення (лектор навчального блоку - Оксана Хмельовська)

- 6 відео-уроків (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (30 хвилин), тестування (10 хвилин), практична справа (15 хвилин) *Постановка SMART-цілей у просуванні культурних проектів*

**Навчальний тиждень 4.** Комунікаційні кампанії для культурних продуктів: віральні комунікації та нативне промо. Ведення і просування культурних проектів у соціальних мережах (лектори навчального блоку - Ольга Малиш та Олександр Буянкін)

- 6 відео-уроків (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (1 година), тестування (10 хвилин), практична справа (30 хвилин) *Підготовка вірусного контенту*

**Навчальний тиждень 5.** Взаємодія зі ЗМІ. Підготовка до прес-заходів, ефірів та інтерв'ю (модератор - Антон Семиженко)

- 4 відео-уроки (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (30 хвилин), тестування (10 хвилин), практична справа (1 година) *Підготовка новини про проект*

#### Інформація про спікерів проекту:

**Катерина Тейлор** – менеджер культурних проектів, експерт з сучасного мистецтва. Випусниця коледжу Christie's Education за фахом «Сучасне мистецтво і мистецтво ХХ століття». Співзасновниця київської Платформи для сучасного мистецтва \_PCA, агентства з управління культурними проектами Art Management і креативного хаба Port. Куратор фестивалю сучасної скульптури Kyiv Sculpture Project (2012) і благодійного аукціону «Мистецтво, що рятує» (2015). Видавець книги Euromaidan – History in the Making. Ведуча шоу «Искусственный интеллект» на радіо Аристократи.

**Катерина Аврамчук** – бренд-менеджер видавництва Yakaboo, креативна директорка видавництва «Наш Формат». Працювала кореспондентом у інтернет-виданні «Українська правда» (2011-2013) та редактором відділу «Арт» сайту INSIDER (2013-2016).

**Оксана Хмельовська** – координаторка «нижкового Арсеналу», співзасновниця і редакторка культурно-видавничого проекту «Читомо».

**Антон Семиженко** – лауреат премії професійної журналістики “Честь професії 2018”, 12 років у журналістиці, журналіст журналу “Країна”, інтернет-проекту “Інсайдер”, засновник інфоресурсу про соціальні інновації “Далі буде”

---

### 3. Результати проекту

Якими є короткострокові результати проекту? Якими є довгострокові результати проекту? Які будуть кількісні та якісні показники досягання результатів?

**У короткостроковому результаті успішної реалізації проекту учасники, що пройшли інтерактивний тренінг або переглянули його онлайн трансляцію зможуть:**

- ефективно самопрезентуватися та презентувати власний проект перед потенційними партнерами, інвесторами, журналістами та громадськістю
- створювати бренд культурного проекту з розумінням його цільової аудиторії даного продукту, його ключових переваг та основних посилів, які допоможуть достукатися до аудиторії
- планувати базову стратегію просування культурного продукту у сучасних каналах комунікації та відслідковувати ефективність її реалізації
- орієнтуватися в сучасних принципах побудови рекламних кампаній для культурних продуктів та вибирати ефективні форми промоції проектів
- ефективно будувати взаємодію зі ЗМІ, успішно брати участь у прес-заходах, давати інтерв'ю, коментарі та відвідувати гостьові ефіри
- повноцінно використовувати інструментарій соціальних мереж для просування власного культурного продукту

**У довгостроковій перспективі результатом проекту має стати:**



Чи має проект план моніторингу та оцінки рівня ефективності управління та реалізації проекту? Які методи та індикатори використовуватимуться для оцінки ефективності управління та реалізації проектом? Чи заходи з оцінки ефективності управління та реалізації проекту відображені в робочому плані? Які ризики передбачає проект? Яку стратегію обиратиме проект для зменшення цих ризиків?

На етапі планування проекту буде проведено повторний аналіз ризиків проекту, проведено SWOT та PEST аналіз, відбудеться деталізація таймінгу проекту у відповідності з нижченаведеним у форматі Діаграми Ганта та Матриці відповідальних осіб. Ведення проекту командою відбуватиметься на базі програмного забезпечення для управління проектами Worksection. В рамках контролю дотримання строків виконання проекту передбачені щотижневі статус-зустрічі команди.

**Основними індикаторами ефективності управління та реалізації проекту є:**

- показники індикаторів досягнення цілі проекту
- показники результативності проведення інформаційної кампанії проекту
- дотримання таймінгу проекту
- дотримання кошторису проекту

Технічні ризики відсутні за рахунок якісного технічного забезпечення команди та надійних підрядників, з якими уже був успішний досвід реалізації проектів.

До фінансових ризиків належить значний відсоток прямих витрат, у зв'язку з цим може виникнути потреба в оплаті коштів до закриття проекту. Для зменшення ризиків з кожним задіяним у проекті підрядником буде підписано договір з розподілом виплат у відповідності з грантовою угодою.

До організаційних ризиків можемо віднести короткий термін реалізації проекту і значний обсяг необхідної роботи для його реалізації. Задля запобігання ризикам організаційного характеру до роботи над проектом запрошено професійну команду, яка вже має успішний досвід спільної роботи і не потребує часу на злагодження.

У зв'язку з короткотерміною реалізацією проекту та відсутності політичного бекграунду учасників політичні ризики проекту відсутні. Інших потенційних ризиків в рамках проведення внутрішнього аналізу ризиків виявлено не було.

**8. Інформаційний супровід та комунікаційна стратегія проекту**

Які методи та канали комунікації, які ключові слова та повідомлення, яких спікерів обрано для поширення інформації про проект серед цільових аудиторій, партнерів та ширших аудиторій? Які медіа-партнери братимуть участь у реалізації проекту? З якими лідерами думок та ЗМІ планується співпраця? Яким чином проект доповнюватиме комунікаційну стратегію Українського культурного фонду?

Канали комунікації про проект:

- національні радіо та ТВ канали
- суспільно-політичні та суспільно культурні ЗМІ
- Facebook-сторінка та Instagram-сторінка проекту
- Facebook-сторінки та Instagram-сторінки спікерів, лідерів думок, медіа-партнерів
- YouTube-канал проекту
- інформаційні ресурси медіа-партнерів

До просування проекту буде залучено весь спектр передових SMM-технологій, створено якісний візуальний контент, графічний промо-ролик проекту, який буде просуватися у форматі пре-ролів in-stream на YouTube та у форматі інтерактивних оголошень на Facebook та Instagram з формою зворотнього зв'язку для збору контактів. Крім того, у соціальних мережах просуватимуться заходи **промо-практикумів у Києві, Харкові та Львові**, які зможуть додатково зацікавити аудиторію з міст, що проявили найбільший інтерес до проекту.

До ключових повідомлень проекту попередньо відносимо спрямовані на зміни:

- **ЗНАННЯ** (формування знань в сучасних технологіях маркетингу, реклами, зв'язків з громадськістю та просування у соціальних медіа для більш ефективного донесення інформації про свій проект):
  - **Дізнайся, як здобути більше шанувальників** - на безкоштовному онлайн курсі для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт",
  - **Стань відомим митцем** - завдяки безкоштовному онлайн курсі для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт",
  - **Дізнайся більше про сучасне культурне промо** - на безкоштовному онлайн курсі для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт"
- **СТАВЛЕННЯ** (формування усвідомлення, що просування культурного проекту є важливим для його успішної реалізації та не має бути проігнорованим):
  - **Ефективний арт-маркетинг слугує успіху культурних проектів. Дізнайся більше на безкоштовному онлайн курсі для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт"**
  - **Від промо стратегії залежить чи знайде поціновувачів культурний проект. Дізнайся більше на безкоштовному онлайн курсі для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт"**



|                                    |   |  |
|------------------------------------|---|--|
| Філобокова Оксана Анатоліївна      | <b>бухгалтер:</b> координація фінансових питань, ведення фінансової документації та підготовка фінансової звітності   | досвід ведення бухгалтерії у грантових проєктах - понад 5 років, бухгалтер проєктів "Без броні", "За ветеранів до влади", "Вєрвєчка" |
| Волошин Владислав Вікторович       | <b>юрист:</b> координація юридичних питань, підготовка грантової угоди, типових договорів з командою проєкту, спікерами та підрядниками                                 | досвід юридичної діяльності - понад 7 років, юрист проєктів "Без броні", "За ветеранів до влади", "Вєрвєчка"                         |
| Киблицький Олександр Олександрович | <b>розробник онлайн-платформи навчального курсу:</b> розробка онлайн-платформи, розміщення онлайн-контенту (відео, тексти, тестові завдання), модерація онлайн-контенту | досвід діяльності розробника - понад 5 років, серед реалізованих проєктів Buglab, FFC expert, Ну-т                                   |

## 5. Робочий план та терміни реалізації проєкту

Просимо заповнити Додаток 1 до Проектної заявки.

## 6. Цільові аудиторії

Яка(-и) група(-и) людей безпосередньо братиме участь та / або скористається кінцевими результатами проєкту? Яким чином були визначені їх потреби, зацікавленості та інтереси? Чи кінцеві результати проєкту повністю задовільнять потреби та інтереси обраної(-их) групи(-п) людей? Яким чином цільові групи будуть залучені до участі в проєкті або до використання кінцевих результатів проєкту?

**Основна цільова аудиторія проєкту:** українські митці, що мають власний культурний продукт та цікавляться його просуванням. **Опосередкована аудиторія проєкту:** мешканці України, що цікавляться розвитком культури. **Цільова аудиторія проєкту поділяється на три категорії:**

1. **Ядро цільової аудиторії.** Учасники онлайн-курсу та учасники промо-практикумів на 15+ осіб у містах Києві, Харкові та Львові

**Портрет цільової аудиторії:** переважно жителі міста Києва, Харкова та Львова, переважно віком 23-35 років, переважно жінки, представники творчих професій, письменники, художники, музиканти, актори, артисти різних жанрів, цікавляться культурою, мають власний культурний проєкт, який хочуть просувати. Орієнтовний обсяг аудиторії за даними соціальних мереж: 5000-15000 осіб

На залучення цієї категорії осіб буде спрямоване анонсування у містах Києві, Харкові та Львові через регіональні ЗМІ та соціальні мережі, де буде поширена онлайн форма для реєстрації на онлайн-курс та проведена інформаційна кампанія для участі у промо-практикумах зі спікерами проєкту. Їх особистий досвід участі у проєкті візьмемо за основу для створення промо-контенту курсу згенерованого користувачами (UGC), що буде поширюватися серед аудиторії 2 та 3

2. **Лояльна цільова аудиторія.** Підписники соціальних мереж проєкту та зареєстровані на проходження онлайн курсу

**Портрет цільової аудиторії:** жителі міст України, віком 18-45 років, представники творчих професій, письменники, художники, музиканти, актори, артисти різних жанрів, цікавляться культурою, думають про створення, або мають власний культурний проєкт, який хочуть просувати. Орієнтовний обсяг аудиторії за даними соціальних мереж: 250 000- 500 000 осіб

На залучення цієї категорії осіб буде спрямована національна кампанія в суспільно-культурних та суспільно-політичних ЗМІ, а також рекламна кампанія проєкту в соціальних мережах. Для цієї категорії осіб через соціальні мережі та ЗМІ буде поширене посилання на онлайн реєстрацію на курс

3. **Опосередкована цільова аудиторія.** Широка аудиторія осіб, що цікавиться культурою

**Портрет цільової аудиторії:** проактивні українці, жителі міст України, віком 18-65 років, що займають активну громадянську позицію у питаннях культури та вболівають за її розвиток, поціновувачі та прихильники українського культурного продукту

На залучення цієї категорії осіб працюватиме пост-кампанія з висвітленням результатів проєкту у ЗМІ та соціальних мережах, а також інтерв'ю зі спікерами на радіо та ТВ.

## 7. Управління проєктом та проєктні ризики

*Оксана Філобокова*





- ДІЯ (реєстрація на онлайн-курс та відвідування промо-практикумів зі спікерами онлайн-курсу у Києві, Харкові та Львові):
  - **Реєструйся на безкоштовний онлайн курс для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт"**
  - **Приходь на промо-практикум зі спікерами безкоштовного онлайн курсу для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт" у твоєму місті**

До проведення тренінгу планується залучити **відомих українських експертів у просуванні культурних проєктів: Оксану Хмелевську, Катерину Тейлор та Катерину Аврамчук**. Просування онлайн-курсу та публікація ключових тез спікерів курсу відбудеться на власних сторінках проєкту у соціальних мережах Facebook, Instagram та YouTube та на сторінках у соціальних мережах партнерів. До промоції тренінгу будуть залучені національні суспільно-політичні та суспільно-культурні ЗМІ шляхом поширення анонсів тренінгу, а також залучення спікерів тренінгу до гостьових ефірів та інтерв'ю. Крім того, особистий досвід участі у проєкті ядра цільової аудиторії (1) візьмемо за основу для створення промо-контенту курсу згенерованого користувачами (UGC), що буде поширюватися серед аудиторії 2 та 3. Також для більш якісного висвітлення події планується залучення медіа-партнерів. Попередній перелік потенційних медіа-партнерів проєкту: **Platfor.ma, Країна, Тиждень, UA: Культура, Громадське, Українська правда, Mind.ua, Країна ФМ, Comma**, тощо.

**В рамках проведення інформаційної кампанії результативним вважатиметься досягнення наступних показників:**

- загальне охоплення проєкту 600 000+ інформаційних контактів
- охоплення 350 000+ інформаційних контактів у ЗМІ
- 20+ публікацій у національних суспільно-політичних та суспільно-культурних ЗМІ
- 3+ гостьових ефіри/інтерв'ю зі спікерами проєкту
- 30+ пости в соціальній мережі Facebook та Instagram
- 2+ відеоролики в соціальній мережі YouTube
- 3 промо-практикуми у містах Києві, Львові та Харкові на 15+ осіб
- охоплення 250 000+ інформаційних контактів у соціальних мережах

**На доповнення комунікаційної стратегії Українського культурного фонду в рамках проєкту:**

- всі виступи, публікації у ЗМІ та промо-матеріали проєкту будуть обов'язково розміщені зі згадуванням про підтримку проєкту Українським культурним фондом та логотип Українського культурного фонду
- відео-уроки в рамках безкоштовного онлайн курсу для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт" будуть містити брендуння з логотипом Українського культурного фонду та згадуванням про підтримку проєкту Українським культурним фондом
- анонсування та пост-висвітлення проєкту буде надане для оприлюднення на каналах Українського культурного фонду через відділ комунікацій зв'язків з громадськістю Українського культурного фонду
- ми можемо надати онлайн-курс для розміщення у навчальних матеріалах на сайті Українського культурного фонду для розділу [https://ucf.in.ua/p/edu\\_programs](https://ucf.in.ua/p/edu_programs)

## 9. Сталість проєкту

Яким чином забезпечуватиметься вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проєкту? Які заходи проводитимуться й після закінчення проєкту? Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планує організація мережувати запропонований проєкт? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проєкту?

Після закінчення проєкту у відкритому безкоштовному доступі залишаться повноцінний навчальний онлайн-курс для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт" з внутрішнім тестуванням для перевірки знань та можливістю отримання онлайн-сертифікату про проходження курсу.

Також ми плануємо поділитися контентом тренінгу з медіа-партнерами та представниками культурних та креативних індустрій для їх подальшого використання. Ми плануємо розвинути проєкт в повноцінну освітню платформу з питань просування культурних проєктів та соціальних ініціатив, підготувавши спеціалізовані курси, що стосуватимуться просування проєктів у різних галузях культури (візуальне мистецтво, аудіовізуальне мистецтво, перформативне та сценічне мистецтво, література та видавнича справа, дизайн та мода, організація масових культурних подій) з арт-експертами кожної з галузей.

Також ми плануємо в подальшому підготувати методичні матеріали для проведення занять у форматі blended learning (змішане навчання) з використанням матеріалів онлайн-курсу будь-яким охочим фахівцем з комунікацій на території України. У такому разі кожна організація чи ініціатива зможуть реалізовувати власні навчальні програми на основ нашої онлайн-курсу.

Наразі, ми плануємо проведення оффлайн-лекції за матеріалами курсу спільно з Кімонікс Інтернешнл Інк. а також беремо участь у гранті міжнародної мобільності Cultural Bridges для відвідування Європейського комунікаційного самміту, оскільки у подальшому ми плануємо залучити європейських фахівців з комунікацій до проведення тренінгів з просування культурних продуктів в Україні, а також у якості спікерів презентувати здобутки промо українських культурних індустрій на європейських подіях, пов'язаних з рекламою та комунікаціями.



10. Інша інформація

Присмо заповнити Додаток 2 до Проектної заявки

**Декларація доброчесності та підпис керівника організації-заявника**

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників в рамках програми «Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти», з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» та з «Порядком повідомлення про наявність/відсутність реального та/або потенційного конфлікту інтересів, що виник під час організації конкурсного відбору та фінансування проєктів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проекту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-заявника (прописом)

Малиш Ольга Олександрівна

Дата заповнення

16 березня 2019 року



**Згода на обробку персональних даних**

Я, шляхом підписання проектної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 р. № 2297-УІ надаю згоду Українському культурному фонду на обробку моїх особистих персональних даних.

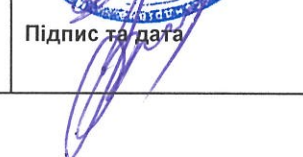
Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-заявника (прописом)

Малиш Ольга Олександрівна



Прізвище, ім'я та по-батькові координатора проекту (прописом)

Александр Олександр Александрович



# Додаток 1: РОБОЧИЙ ПЛАН

## ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ

### Інструкція для заявника:

1. Робочий план є обов'язковим Додатком до заявки.
2. Жовтим просимо відмітити учасників проектної команди (штатні / ЦПХ). Синім – послуги, які будуть надаватися зовнішніми контрагентами (ФОП).
3. Заповнюється відповідно до потреб проекту, що подається на грант від УКФ.

| Етапи реалізації проекту | Конкретні заходи   | Місяць 1       | Місяць 2       | Місяць 3       |
|--------------------------|--|----------------|----------------|----------------|
| Підготовчий етап         | Планування проекту, SWOT та PEST аналізу, розподіл зон відповідальності                                      | ФОП Русанов    |                |                |
|                          | Дизайн айдентики проекту   | ФОП Омеляненко |                |                |
|                          | Створення структури моніторингу і оцінки проекту (анкетування, тестування, критерії вимірювання KPI проекту) | ФОП Балацька   |                |                |
|                          | Укладання договорів з експертами, підоюдяниками та партнерами проекту  | ФОП Волошин    |                |                |
| Підготовка контенту      | Розробка методологічної бази курсу, розробка сценаріїв та тестових завдань                                   | ФОП Русанов    |                |                |
|                          | Розробка онлайн платформи  | ФОП Киблицький | ФОП Киблицький |                |
|                          | Відеозйомка та монтування онлайн-курсу   | ТОВ Медіастрім | ТОВ Медіастрім |                |
| Інформаційна кампанія    | Підготовка інформаційних матеріалів проекту  | ФОП Мовчан     |                |                |
|                          | Укладення медіа-партнерства  | ФОП Мовчан     |                |                |
|                          | Дизайн промо-матеріалів та публікацій для соціальних мереж   | ФОП Омеляненко | ФОП Омеляненко | ФОП Омеляненко |
|                          | Ведення соціальних мереж проекту та налаштування реклами в соціальних мережах, промо подій                   | ФОП Буянкін    | ФОП Буянкін    | ФОП Буянкін    |
|                          | Розповсюдження прес-анонсів проекту  |                | ФОП Мовчан     |                |
|                          | Організація гостьових ефірів та інтерв'ю   |                | ФОП Мовчан     | ФОП Мовчан     |
|                          | Розповсюдження пост-релізу проекту   |                |                | ФОП Мовчан     |
| Промо-події у регіонах   | Координація лекторів та програми практикуму  |                | ФОП Русанов    | ФОП Русанов    |
|                          | Організація промо-практикумів у регіонах   |                | ФОП Лазоренко  | ФОП Лазоренко  |
| Запуск онлайн-платформи  | Початок роботи платформи у тестовому режимі  |                | ФОП Киблицький |                |
|                          | Проведення промо-заходу у Києві присвяченого запуску платформи   |                |                | ФОП Мовчан     |
|                          | Збір даних та статистики гугл аналітики про відвідуваність проходження курсів                                |                |                | ФОП Буянкін    |
| Аналіз ефективності      | Контроль дотримання індикаторів ефективності проекту   | ФОП Русанов    | ФОП Русанов    | ФОП Русанов    |
| Адміністрування проекту  | Контроль документообігу та комунікація між підрядниками і командою проекту,                                  | ФОП Лазоренко  | ФОП Лазоренко  | ФОП Лазоренко  |
|                          | Контроль фінансових розрахунків, бухгалтерських облік  | ФОП Філобокова | ФОП Філобокова | ФОП Філобокова |
| Етап звітування          | Підготовка фінансового звіту   |                |                | ФОП Філобокова |
|                          | Підготовка звіту незалежного аудитора  |                |                | ТОВ/ФОП        |
|                          | Підготовка змістового звіту  |                |                | ФОП Русанов    |
|                          | Підготовка медіа-звіту   | ФОП Балацька   | ФОП Балацька   | ФОП Балацька   |





Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Навчання. Обици. Дев'яти», 2019

## Додаток 2 CV та інші документи в залежності від ЛОТ-у програми Н.О.Р.Д.

### Інструкція для заявника:

Для ЛОТ-у «Освітні програми»

1. CV усіх членів експертної групи
2. План освітньої програми

Для ЛОТ-у «Мобільність та програми обміну»:

1. CV усіх членів обміну (якщо відомі учасники на етапі подачі аплікаційного пакету)
2. Програма візиту

Для ЛОТ-у «Резиденції»

1. CV координатора проекту

Для ЛОТ-у «Дебюти»

1. CV дебютанта/-ів
2. Творчий доробок дебютанта/-ів
3. Лист-рекомендація від профільної інституції

+ для всіх ЛОТ-ів

1. За власним бажанням заявник може додати будь-які інші матеріали та інформацію, що може сприяти позитивному розгляду заявки, але не більше ніж ще 3 додаткових сторінки

### Попередня програма інтерактивного тренінгу “Як просувати власний культурний продукт”

**Навчальний тиждень 1.** Навички самопрезентації та нетворкінгу. Пітчінг у культурних проектах. (лектор навчального блоку - Катерина Тейлор)

- 5 відео-уроків (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (30 хвилин), тестування (10 хвилин), практична вправа (30 хвилин) *Презентація власних культурних проектів*

**Навчальний тиждень 2.** Брендінг культурного продукту: створення цінності для споживача. (лектор навчального блоку - Катерина Аврамчук)

- 7 відео-уроків (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (1 година), тестування (10 хвилин), практична вправа (30 хвилин) *Розробка архітектури бренду власних культурних проектів.*

**Навчальний тиждень 3.** Стратегія просування культурного продукту: тонкощі планування та втілення (лектор навчального блоку - Оксана Хмельовська)

- 6 відео-уроків (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (30 хвилин), тестування (10 хвилин), практична вправа (15 хвилин) *Постановка SMART-цілей у просуванні культурних проектів*

**Навчальний тиждень 4.** Комунікаційні кампанії для культурних продуктів: віральні комунікації та нативне промо. Ведення і просування культурних проектів у соціальних мережах (лектори навчального блоку - Ольга Малиш та Олександр Буянкін)

- 6 відео-уроків (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (1 година), тестування (10 хвилин), практична вправа (30 хвилин) *Підготовка вірусного контенту*

**Навчальний тиждень 5.** Взаємодія зі ЗМІ. Підготовка до прес-заходів, ефірів та інтерв'ю (модератор - Антон Семиженко)

- 4 відео-уроки (по 5-15 хвилин), матеріали для самостійного читання (30 хвилин), тестування (10 хвилин), практична вправа (1 година) *Підготовка новини про проект*

### Наводимо CV лекторів проекту:

**Катерина Тейлор** – менеджер культурних проектів, експерт з сучасного мистецтва. Випускниця коледжу Christie's Education за фахом «Сучасне мистецтво і мистецтво ХХ століття». Співзасновниця київської Платформи для сучасного мистецтва \_PCA, агентства з управління культурними проектами Art Management і креативного хаба Port. Куратор фестивалю сучасної скульптури Kyiv Sculpture Project (2012) і благодійного аукціону «Мистецтво, що рятує» (2015). Видавець книги Euromaidan – History in the Making. Ведуча шоу «Искусственный интеллект» на радіо Аристократи. Посилання на детальне CV – <https://bitly.su/622T>

**Катерина Аврамчук** – бренд-менеджер видавництва Yakaoo, креативна директорка видавництва «Наш Формат». Працювала кореспондентом у інтернет-виданні «Українська правда» (2011-2013) та редактором відділу «Арт» сайту INSIDER (2013-2016). Посилання на детальне CV - <https://www.linkedin.com/in/kateryna-avramchuk/>

**Оксана Хмельовська** – координаторка Книжкового Арсеналу, співзасновниця і редакторка культурно-видавничого проекту «Читомо». Посилання на детальне CV - <https://artarsenal.in.ua/uk/knyzhkovij-arsenal/chlen-komandy-oxana-hmelovska/>

**Антон Семиженко** – лауреат премії професійної журналістики “Честь професії 2018”, 12 років у журналістиці, журналіст журналу “Країна”, інтернет-проекту “Інсайдер”, засновник інфоресурсу про соціальні інновації “Далі буде”. Посилання на детальне CV - <http://anton.semyzhenko.com/#/resume>





**УКРАЇНСЬКИЙ  
КУЛЬТУРНИЙ  
ФОНД**

Додаток №6  
до Договору про надання гранту  
№1084/ч від 14.01.2019 року

Програма "Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти"

Назва Заявника ФОП Малиш Ольга Олександрівна

Назва проекту: Безкоштовний онлайн курс (МООС) для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт"

|      | Організація-донор  | Фінансування проекту, в % | Фінансування проекту, Сума в грн. |
|------|--|---------------------------|-----------------------------------|
| 1    | Український культурний фонд  | 100%                      | 457 205,80 €                      |
| 2    | Співфінансування* :  | 0%                        | 0                                 |
| 2.1. | Кошти організації-партнерів  |                           |                                   |
| 2.2. | Кошти місцевих бюджетів  |                           |                                   |
| 2.3. | Кошти інших інституційних донорів  |                           |                                   |
| 2.4. | Кошти приватних донорів  |                           |                                   |
| 2.5. | Власні кошти організації-заявника  |                           |                                   |
| 2.6. | Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше) |                           |                                   |
|      | <b>Всього</b>  | <b>100%</b>               | <b>457206</b>                     |



Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва Заявника ФОП Малиш Ольга Олександрівна  
 Назва проекту: Безкоштовний онлайн курс (МОСОС для митців "Арт-маркетинг: як просувати власний культурний продукт"

| Розділ:<br>Підрозділ:<br>Стаття:<br>Пункт:                        | №         | Найменування витрат  | Одиниця виміру | Витрати за рахунок гранту УФО        |                          |                                      |                  | Витрати за рахунок Співфінансування  |                            |                                      |                           | Витрати за рахунок Співфінансування  |                  |                                      |                              | Забезпечення суми витрат по проекту, грн. (Ф-Ф+12-15) | ПРИМІТКИ |
|---|-----------|--|----------------|--------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|------------------|--------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|------------------|--------------------------------------|------------------------------|---|----------|
|   |           |  |                | Планові витрати відповідно до заявки |                          | Планові витрати відповідно до заявки |                  | Планові витрати відповідно до заявки |                            | Планові витрати відповідно до заявки |                           | Планові витрати відповідно до заявки |                  | Планові витрати відповідно до заявки |                              |   |          |
|   |           |  |                | Кількість/Період                     | Вартість за одиницю, грн | Загальна сума, грн. (=4*5)           | Кількість/Період | Вартість за одиницю, грн.            | Загальна сума, грн. (=7*8) | Кількість/Період                     | Вартість за одиницю, грн. | Загальна сума, грн. (=10*11)         | Кількість/Період | Вартість за одиницю, грн.            | Загальна сума, грн. (=13*14) |   |          |
| Стовпці:  | 1         | 2  | 3              | 4                                    | 5                        | 6                                    | 7                | 8                                    | 9                          | 10                                   | 11                        | 12                                   | 13               | 14                                   | 15                           | 16  | 17       |
| <b>Розділ:</b>  | <b>I</b>  | <b>Надходження:</b>  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | 1.1       | Грант УФО  | проект         | 1,00                                 | 457 205,80               | 457 205,80                           |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              | 457 205,80  |          |
| Пункт:  | 1.2       | Місцевий бюджет  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | 1.3       | Інші інституційні донори   |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | 1.4       | Приватні донори  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | 1.5       | Власні кошти організації-заявника  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | 1.6       | Кошти організацій-партнерів  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | 1.7       | Реконструкції (доход отриманий від реалізації книг, лекцій, програм та інше) |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| <b>Всього по розділу I "Надходження":</b>                         |           |  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| <b>Розділ:</b>  | <b>II</b> | <b>Витрати:</b>  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| <b>Підрозділ:</b>   | <b>1</b>  | <b>Гонорари та авторські винагороди</b>                                      |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Стаття:   | 1.1       | Гонорари   |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | а         | Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)                            | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | б         | Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)                            | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | в         | Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)                            | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| <b>Всього по підрозділу 1 "Гонорари та авторські винагороди":</b> |           |  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| <b>Підрозділ:</b>   | <b>2</b>  | <b>Оплата праці</b>  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Стаття:   | 2.1       | Штатні працівники  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | а         | Повне ПІБ, посада  | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | б         | Повне ПІБ, посада  | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | в         | Повне ПІБ, посада  | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Стаття:   | 2.2       | За трудовими договорами  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | а         | Повне ПІБ, посада  | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | б         | Повне ПІБ, посада  | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | в         | Повне ПІБ, посада  | місяць         |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Стаття:   | 2.3       | За договорами ЦПХ  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | а         | Катерина Тейлор (1 день - запис онлайн тренінгу, 1 день - візний тренінг)    | день           | 5,00                                 | 23 000,00                | 57 200,00                            |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | б         | Катерина Аврамчук (1 день - запис онлайн тренінгу, 1 день - візний тренінг)  | день           | 2,00                                 | 9 250,00                 | 18 500,00                            |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| Пункт:  | в         | Повне ПІБ, посада  | місяць         | 2,00                                 | 6 250,00                 | 12 500,00                            |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| <b>Всього по розділу II "Витрати":</b>                            |           |  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| <b>Всього по розділу I "Надходження" та розділу II "Витрати":</b> |           |  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
| <b>Всього по проекту:</b>   |           |  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              |   |          |
|   |           |  |                |                                      |                          |                                      |                  |                                      |                            |                                      |                           |                                      |                  |                                      |                              | 57 200,00   |          |







|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Підрозділ:   | 6 Витрати пов'язані з орендою  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 6.1 Оренда приміщення  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | а Оренда "Царівки" м. Київ, вул. Л. Толстого, буд. 3, зал 28 кв. м. на 5 годин оренди для підготовки та проведення промобренінгу (підсобна оренда)     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | б Коворкінг "Оболонка" м. Київ, вул. Л. Толстого, буд. 3, зал 28 кв. м. на 5 годин оренди для підготовки та проведення промобренінгу (підсобна оренда) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | в Коворкінг "Солістка" м. Львів, вул. Галицька, буд. 1, зал 30 кв. м. на 5 годин оренди для підготовки та проведення промобренінгу (підсобна оренда)   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 6.2 Оренда техніки, обладнання та інструменту  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | а Наймування техніки (з деталізацією технічних характеристик)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | б Наймування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | в Наймування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 6.3 Оренда транспорту  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | а Оренда легкового автомобіля (з зазначенням кілометражу або кількості годин)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | б Оренда вантажного автомобіля (з зазначенням кілометражу або кількості годин)   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | в Оренда автобусу (з зазначенням кілометражу або кількості годин)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 6.4 Оренда спеціально-поставлених засобів  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | а Наймування (з деталізацією технічних характеристик)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | б Наймування (з деталізацією технічних характеристик)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | в Наймування (з деталізацією технічних характеристик)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 6.5 Інші об'єкти оренди  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | а Наймування (з деталізацією технічних характеристик)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | б Наймування (з деталізацією технічних характеристик)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | в Наймування (з деталізацією технічних характеристик)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Всього по підрозділу 6 "Витрати пов'язані з орендою":    | 13 250,00  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Підрозділ:   | 7 Витрати на харчування та напої   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 7.1 Витрати на харчування та напої спеціально-поставлених осіб   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | а Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | б Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | в Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Всього по підрозділу 7 "Витрати на харчування та напої": | 13 250,00  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Підрозділ:   | 8 Витрати на харчування та напої   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 8.1 Основні матеріали та сировина  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | а Наймування   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | б Наймування   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | в Наймування   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 8.2 Носії, накопичувачі  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | а Наймування   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | б Наймування   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пункт:   | в Наймування   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стаття:  | 8.3 Інші матеріальні витрати   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |





|   |      |  |           |       |           |            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |            |
|---|------|--|-----------|-------|-----------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------------|
| Пункт:  | б    | Юридичні послуги, ФОП Волошин Владислав Вікторович, юрист; координація юридичних питань, підготовка грантової угоди, типових договорів з командою проекту, спікерами та підприємцями   | послуга   | 1,00  | 9 500,00  | 9 500,00   | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 9 500,00   |
| Пункт:  | в    | Аудиторські послуги, ПП "Аудиторська фірма "Альпа" фінансовий аудит проекту, підготовка висновку незалежного аудитора  | послуга   | 1,00  | 12 000,00 | 12 000,00  | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 12 000,00  |
| Пункт:  | г    | Дизайн проекту, ФОП Омельченко Ліля Сергіївна, дизайнер, розробка айдентики та фирмового стилю проекту, дизайн промо-матеріалів, розробка шаблону презентації, дизайн 30 публікацій для соціальних мереж, промо-матеріалів та оплати афіші проекту   | місяць    | 3,00  | 9 500,00  | 28 500,00  | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 28 500,00  |
| <b>Всього по підрозділу 14 "Адміністративні витрати":</b> |      |  |           |       |           |            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |            |
| Підрозділ:  | 14   | Інші прями витрати   |           |       | 39 000,00 | 74 000,00  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 74 000,00  |
| Стаття:   | 14.1 | Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення  |           | 15,00 | 5 500,00  | 82 500,00  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 82 500,00  |
| Пункт:  | а    | Відеойома, ТОВ Медіастар, зйомка і монтаж онлайн-курсу, налаштування обладнання, обробка відео-матеріалу, підготовка 15 коротких роликів для онлайн-курсу. Тривалість одного відеоролику від 5 до 15 хвилин  | відео     | 15,00 | 5 500,00  | 82 500,00  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 82 500,00  |
| Пункт:  | б    | Найменування послуги   | шт.       | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | в    | Найменування послуги   | шт.       | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Стаття:   | 14.2 | Витрати на послуги страхування   |           |       | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | а    | Вказати предмет страхування  | шт.       | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | б    | Вказати предмет страхування  | шт.       | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | в    | Вказати предмет страхування  | шт.       | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Стаття:   | 14.3 | Відванчі послуги   |           |       | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | а    | Послуги коректора  | екземпляр | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | б    | Послуги верстки  | екземпляр | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | в    | Друк книг  | екземпляр | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | г    | Друк журналів  | екземпляр | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | д    | Інші витрати (вказати надану послугу)  | екземпляр | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Стаття:   | 14.4 | Інші прями витрати   |           | 12,00 | 61 150,00 | 149 950,00 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 149 950,00 |
| Пункт:  | а    | Інтернет-телефонія (вказати період)  |           | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | б    | Послуги Інтернет (вказати період)  |           | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | в    | Банківська комісія за переказ  |           | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | г    | Розрахунково-касове обслуговування   |           | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | д    | Інші банківські послуги  |           | -     | -         | -          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | -          |
| Пункт:  | е    | Координація проекту, ФОП Русяков Олександрівич, координатор проекту, координація проекту, контроль виконання проекту, контроль за умовами виконання, переговори з ключовими партнерами, спікерами та підприємцями, контроль підготовки онлайн-тренінгу та проведення промо-тренінгів на місяць | місяць    | 3,00  | 20 000,00 | 60 000,00  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 60 000,00  |
| Пункт:  | ж    | Асистент координатора ФОП Лазаренко Марина Сергіївна, асистент координатора, адміністрування проекту, ведення проектної документації, комунікація з учасниками проекту, Додаткова співпраця у організації виступу  | місяць    | 3,00  | 9 650,00  | 28 950,00  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 28 950,00  |



