

АТЛАС ФОРМАТОВ СОВМЕСТИМОЙ РАБОТЫ

Версия 0.1

ДЛЯ СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ» В РЕГИОНАХ РОССИИ

Атлас подготовлен командой «Точки кипения – Томск»

Программный директор – Лиана Кобзева

Евгений Грибов, Валенсия Раевская, Марина Снигирева, Марина Малаховская, Юлия Грахович, Павел Кузнецов, Алиса Музеник, Аделина Овчаренко

В атласе также использованы материалы, подготовленные

командами «Точки кипения – Обнинск», «Точки кипения – Белгород», «Точки кипения – Иркутск», «Точки кипения – Рязань», «Точки кипения – Тюмень»

В подготовке атласа приняли участие и оказали помощь

Ольга Линник, Лариса Давыдова, Дмитрий Санатов, Дмитрий Корев, Кирилл Игнатъев, Олег Мансуров, Павел Доронин, Максим Гашков, Марина Курдова, Антон Титков, Светлана Баронене

Интеллектуальный анализ данных

Компания Ecoporphysica

Иллюстрации

Мария Бесхлебная

Благодарность за первую обратную связь

Валерию Рукавишникову, Любове Кириенко, Алине Яшиной, Екатерине Павловой

Отдельная благодарность

Юлии Гудач – Директору по развитию сети АНО «Платформа НТИ»

Атлас создан по заказу АНО «Платформа НТИ»

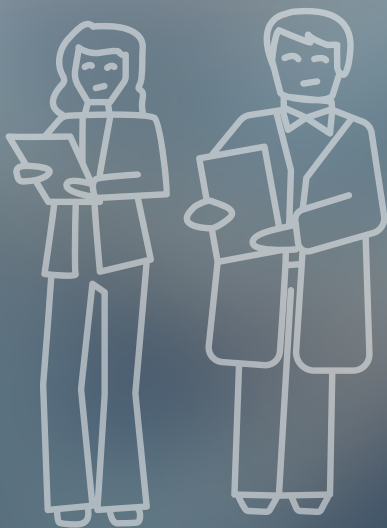


РАЗДЕЛЫ

КАК ЧИТАТЬ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ АТЛАС?	4
КАРТЫ ФОРМАТОВ	8
ОПИСАНИЯ ФОРМАТОВ	11
ФОРМАТЫ, ПОЛУЧИВШИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ» В РЕГИОНАХ РОССИИ (12 форматов)	12
ЗАРОЖДАЮЩИЕСЯ АВТОРСКИЕ ФОРМАТЫ В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ» (4 формата)	83
ФОРМАТЫ, ПОЛУЧИВШИЕ ШИРОКОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ (10 форматов)	104
ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМАТОВ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ ПЛАТФОРМЫ LEADER-ID	147
СЛОВАРЬ ФОРМАТОВ (81 формат).....	171
КУДА ИДЕМ ДАЛЬШЕ?	186

1.0

Как читать и
использовать атлас?



Зачем нужен Атлас?

Участники Leader-ID запускают широкий набор инициатив, основанных на интенсивной коммуникации представителей различных сфер деятельности. Усложнение числа и качества происходящих событий делает необходимым появление инструментов работы со сложностью и многообразием практик, улучшающих результативность коммуникации при совместной работе. Атлас не ориентирован на задание «стандарта-рекорда», а предлагает учитывать базовые правила организации, задаваемые форматом, соблюдение которых существенно для качества взаимодействия. Предлагаемый Атлас – версия «0.1» – основание для дальнейшей совместной работы сообществ «Точек кипения» по осмыслению значения форматов в уплотнении и повышении результативности взаимодействия.

Как читать и использовать Атлас?

«Атлас форматов совместной работы» задуман как навигатор по имеющимся протоколам коммуникации для широкого круга задач: от согласования позиций участников до создания совместного проекта и получения нового решения.

Назначение Атласа:

- дать командам «Точек кипения» и организаторам мероприятий опору в выборе подходящего способа организации и проведения мероприятия в конкретной ситуации или при решении конкретной задачи;
- быть интерфейсом для различения форматов;
- помочь организаторам мероприятий достичь значимого результата, полно используя возможности выбранного формата;
- помочь организаторам и программным командам «Точек кипения» строить «мультиформатные» траектории для решения сложных задач.

Кому адресован Атлас?

Основные пользователи Атласа – команды и партнеры «Точек кипения», организаторы мероприятий, участники Экосистемы НТИ.

Что и как включено в Атлас?

В Атлас вошло описание 26 форматов совместных действий, которые сегодня задают качество и результативность коммуникаций в публичных сообществах во всем мире. Раздел «Форматы» группирует описание по трем направлениям: первое – форматы широкого распространения в сети «Точек кипения», второе – форматы широкого распространения за границей «Точек кипения» и за границей России, третье – зарождающиеся (авторские) форматы в сети «Точек кипения», которые появляются как ответ на новые потребности участников и благодаря инициативе программных команд.

«Единицей» содержания Атласа является своеобразная «карточка» формата, составленная совместно с экспертами-практиками. Карточка формата включает три части.

Описательная часть содержит:

- определение формата,
- назначение формата,
- навыки, которые могут быть отработаны участниками,
- обязательный набор организационных позиций, обеспечивающих соблюдение коммуникативного протокола,
- типы мероприятий, подходящих для проведения в данном формате,
- общие требования к участникам,
- ожидаемый результат,
- типовая схема организации пространства и размещения участников.

Методическая часть включает набор факторов качества действия, соблюдение которых обеспечивает соответствие мероприятия конкретному формату.

Аналитическая часть представлена в виде «приборной панели», которая собрана на основе анализа данных платформы leader-id.ru и дает подход к управлению ключевыми параметрами каждого формата.

Предлагаемое описание позволяет:

- различать форматы,
- выбирать подходящий формат для решения конкретной задачи,
- понимать признаки совместимости разных форматов,
- строить мультиформатные цепочки совместимых форматов,
- решать сложные задачи в интересах развития сообществ, концентрирующихся вокруг «Точки кипения».

Как организованы аналитические материалы в Атласе?

Раздел «Оценка использования форматов на основе анализа данных платформы leader-id.ru» подготовлен совместно с международной компанией Econophysica, которая специализируется на интеллектуальном анализе данных и машинном обучении в финансовой, нефтегазовой, нефтехимической и ИТ отраслях, а также является одним из ключевых участников и организатором конференций Analytics in Motion в «Точке кипения – Томск».

Работа с данными велась безотносительно вопроса, почему организаторы выбрали при регистрации мероприятия на платформе leader-id.ru именно «этот» конкретный формат мероприятия, а также без оценки механики происходящего на площадке.

Результаты работы с данными визуализируются в графическом виде. Это позволяет не только обнаружить или подтвердить сложившиеся закономерности, но и обратить внимание на намечающиеся тенденции, формирующиеся вокруг применения разных форматов.

Например, обнаружено, что на всем протяжении роста сети около 80% роста разнообразия форматов в каждом месяце обеспечивали не более 5 «Точек кипения». Но в каждом месяце эта «пятерка городов» и набор форматов были различны. Это косвенное указание на уровень концентрации социальных и экономических практик, многообразие сообществ и поводов для их коммуникации, многообразии проектов и видов деятельности в каждой из важных сфер жизни региона. В группу вошли Москва, Санкт-Петербург, Томск, Иваново, Челябинск, Владивосток, Иркутск, Новосибирск, Ульяновск, Екатеринбург, Чита, Великий Новгород, Благовещенск, Ростов-на-Дону.

Вторым источником данных для использования в анализе форматов деятельности стали социальные сети: Фейсбук, ВКонтакте, Инстаграм. Карта информационного поля составлена по результатам чтения постов, содержащих информацию о формате, тематике и участниках мероприятий.

Результаты анализа дают возможность установления «точки отсчета», фиксируя состояние сети до открытия университетских «Точек кипения».

Раздел «Словарь форматов» приводит краткие характеристики, включающие ключевое содержание совместной деятельности.

Раздел «Куда идем дальше?» приводит пять гипотез развития форматов совместной деятельности сообществ «Точек кипения».

2.0

Карты форматов



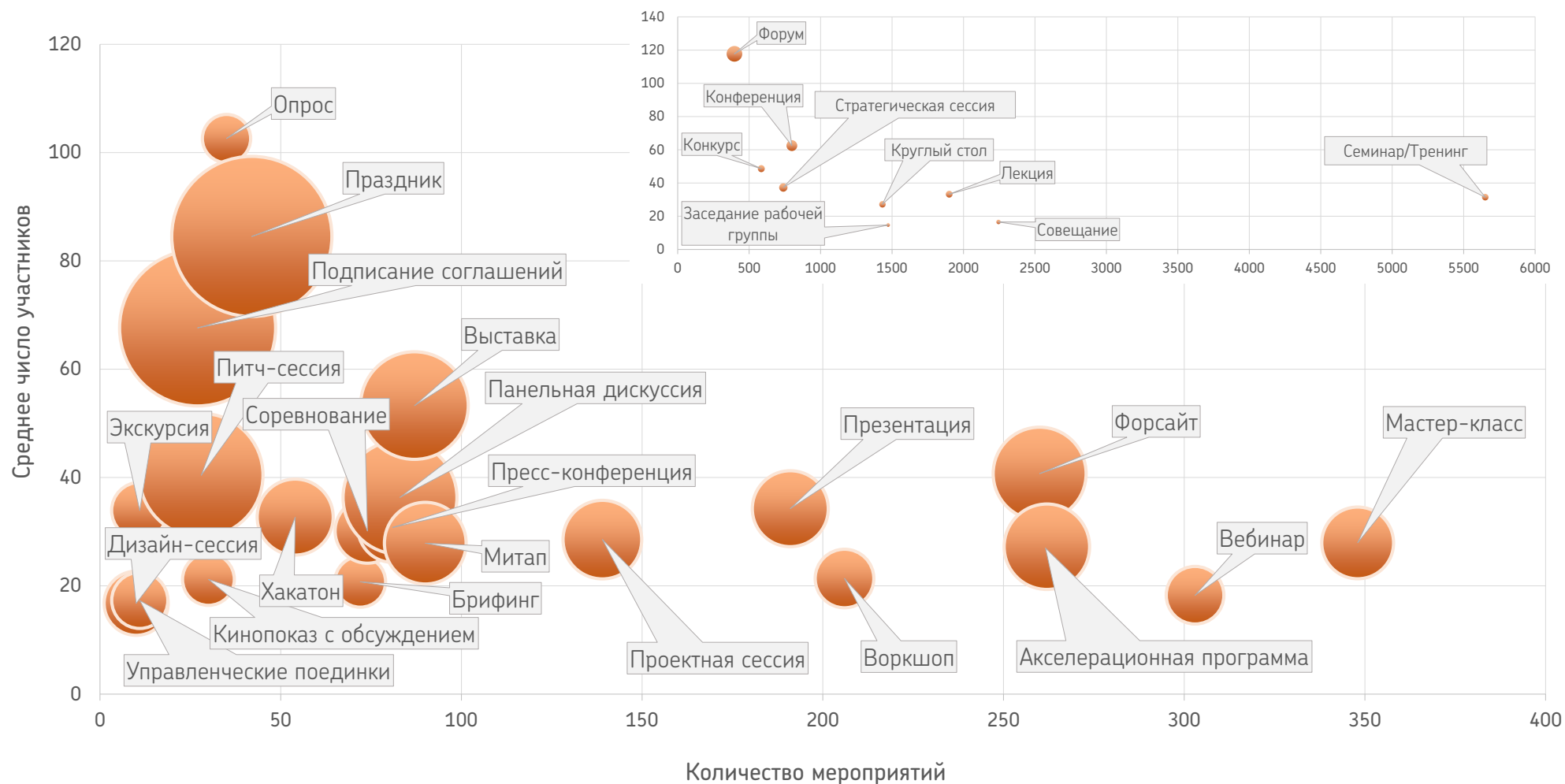
КАРТА ФОРМАТОВ



1. Для каждого города было посчитано количество используемых форматов, а также количество мероприятий каждого формата
2. В каждом городе были выбраны по три наиболее часто используемых формата
3. Между городами было посчитано количество совпадающих форматов из топ-3
4. Полученные данные были визуализированы на географической карте
5. Размеры точек на картах отражают количество используемых форматов
6. Одинаковый цвет точек определяет связи только между городами, в которых топ-3 формата - одни и те же.

- | | |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| ● 1. Семинар/Тренинг, Совещание, Круглый стол | ● 9. Семинар/Тренинг, Стратегическая сессия, Лекция |
| ● 2. Семинар/Тренинг, Лекция, Круглый стол | ● 10. Семинар/Тренинг, Мастер-класс, Воркшоп |
| ● 3. Семинар/Тренинг, Мастер-класс, Лекция | ● 11. Лекция, Стратегическая сессия, Воркшоп |
| ● 4. Семинар/Тренинг, Лекция, Заседание рабочей группы | ● 12. Семинар/Тренинг, Круглый стол, Заседание рабочей группы |
| ● 5. Семинар/Тренинг, Конференция, Круглый стол | ● 13. Семинар/Тренинг, Лекция, Вебинар |
| ● 6. Семинар/Тренинг, Совещание, Лекция | ● 14. Лекция, Соревнование, Круглый стол |
| ● 7. Семинар/Тренинг, Совещание, Заседание рабочей группы | ● 15. Презентация, Семинар/Тренинг, Стратегическая сессия |
| ● 8. Семинар/Тренинг, Лекция, Конкурс | |

ЗАВИСИМОСТЬ СРЕДНЕГО ЧИСЛА УЧАСТНИКОВ ОТ ЧАСТОТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМАТОВ МЕРОПРИЯТИЙ



Размер пунсона пропорционален среднему количеству специализаций для формата

3.0


Описания форматов





3.1

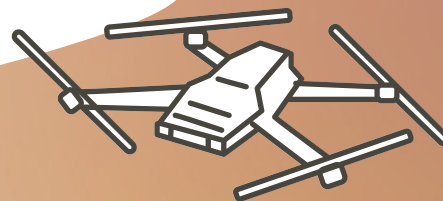
Форматы,
получившие
распространение
в сети «Точек кипения»
в регионах России



В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ:

ДИЗАЙН-СЕССИЯ / DESIGN-THINKING SESSION	14
КРУГЛЫЙ СТОЛ / ROUND TABLE DISCUSSION	20
ЗАСЕДАНИЕ РАБОЧЕЙ ГРУППЫ / WORKING GROUP MEETING	25
ВОРКШОП/WORKSHOP	33
ЛЕКЦИЯ/LECTURE	39
СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ / Strategic session	44
СОВЕЩАНИЕ/MEETING	53
ФОРУМ/FORUM	57
КОНФЕРЕНЦИЯ/Conference	61
СЕМИНАР/ТРЕНИНГ / Training seminar	65
ХАКАТОН/НАСКАТОН.....	70
АКСЕЛERAЦИОННАЯ ПРОГРАММА / Acceleration program	76





ДИЗАЙН-СЕССИЯ / DESIGN-THINKING SESSION

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Дизайн-сессия – формат по разработке инновационных идей для решения сложных проблем, в основе которого лежат творческий подход и ориентация на потребности клиента.

2. Назначение формата

Формат может быть использован в ситуациях, когда необходимо:

- создать решение, ориентированное на потребности пользователей
- создать что-то новое в сфере деятельности/рынке
- сделать что-то, что не было сделано ранее конкретно в вашей организации (создать новый процесс, услугу, продукт и т.д.)
- решить проблему, которую невозможно решить традиционными методами

«Design thinking» расширяет границы применения и используется в качестве основного инструмента в бизнес-сфере: от решения тактических задач до задач стратегического управления. Также формат может использоваться в сфере образования для ответа на вызовы развития системы образования.

Выделяют 5 этапов процесса:

1. Сопереживание/эмпатия (предсессионный этап: сбор информации и получение полного представления о решаемой проблеме через разные исследовательские методы: фокус-группы, глубинные интервью, наблюдения в реальных условиях и т.д.)
2. Определение (изучение и структурирование результатов предыдущего этапа, четкая постановка проблемы)
3. Идея (генерирование идей, поиск альтернативных способов рассмотрения проблемы и инновационных решений)
4. Прототипирование (экспериментальный этап; определение наилучшего возможного решения для каждой из проблем и создание уменьшенных версий продукта)
5. Тестирование (тестирование продукта, возвращение к предыдущим этапам процесса для выполнения дальнейших итераций совершенствования продукта)

Результаты совместной работы участников фиксируются в схемах и других визуальных формах, презентационных материалах, прототипах продуктов.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Творческое мышление
- Логическое мышление
- Проектное мышление
- Наблюдение
- Поиск и формулирование идей

4. Обязательный набор позиций

- Руководитель дизайн-сессии
- Модераторы (отвечают за организацию работы групп и последовательное прохождение группой этапов)
- Междисциплинарные команды в зависимости от тематического направления сессии (дизайнеры, разработчики, предприниматели и т.п.)
- Эксперт по тематике сессии

5. Типы мероприятий данного формата

Самостоятельное мероприятие

6. Требования к участникам

Профессионалы в предметной области и смежных областях

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Создание рабочего пространства для новых формирующихся команд

Индивидуальный

- Работа в команде
- Отработка профессиональных навыков

Коллективный

- Опыт совместного поиска новых идей и решений
- Формирование новых сообществ

8. Типовая схема рассадки участников

Открытое пространство

Примеры в России



Примеры в сети



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

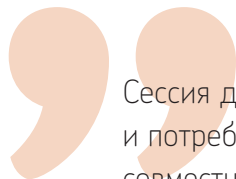
- 1** Четкое формулирование проблемы/вопроса, ориентированного на человека и его потребности
- 2** Предварительная подготовка к сессии:
 - формирование команды
 - разработка повестки и программы сессии
 - первичные и вторичные исследования (интервью с заинтересованными сторонами, лидерами отраслевой практики, полевые поездки для посещения отраслей, сталкивающихся с аналогичными проблемами, выявление лучших практик, обзор литературы/исследований)
 - синтез выводов по результатам проведенного исследования
 - визуализация полученных результатов (презентации, плакаты и другие наглядные пособия)
- 3** Помощь участникам в подготовке к сессии посредством отправки информационных и содержательных материалов сессии для предварительного изучения и понимания особенностей формата
- 4** Соблюдение основных принципов в ходе сессии:
 - приветствие и обозначение целей сессии
 - «разогрев» участников посредством игр (мозговой штурм, создание команды и пр.)
 - по окончании сессии – обсуждение и фиксация, что получилось и/или не получилось
- 5** Соблюдение последовательности этапов. Не переходить на следующий шаг, пока не завершён предыдущий и не достигнута согласие и понимание внутри команды.

КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



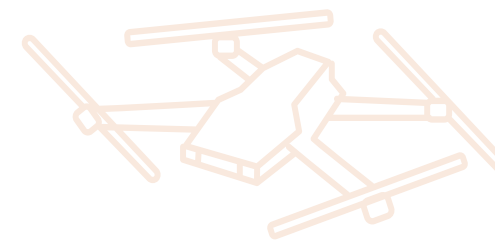
Ольга Линник,
эксперт Центра подготовки
руководителей цифровой
трансформации ВШГУ РАНХиГС



Сессия дизайн-мышления ориентирована на конкретный сегмент рынка и потребности клиента. В рамках сессии дизайн-мышления участники совместно ведут поиск новых решений. Их задача выйти за «привычные» рамки ("из коробки"). Сессия предполагает анализ, синтез и генерацию идей, в случае сложной задачи – создание прототипа будущего продукта совместно с клиентом. Вместе с тем, сегодня сами методики дизайн-мышления получили широкое распространение и используются в разных форматах.



ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»



Частота использования формата

Очень низкая – 10 мероприятий прошли в формате дизайн-сессия



Организаторы

Университеты	38%
Инновационная инфраструктура	25%
Бизнес	13%
Банки	13%
Экосистема НТИ	13%

Среднее количество участников

16 человек

16

Средняя продолжительность

В среднем по сети – до 3-х часов. Рекомендуемая продолжительность: от нескольких часов до нескольких дней (в зависимости от сложности задачи).

до **3-х**
часов

Среднее значение индекса планирования

0,73 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 73% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,73

Минимально необходимое число специализаций участников

От 9 до 11 специализаций

9-11

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	5
Открытое мероприятие	3
Закрытое мероприятие	2

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)



Издания



Сайты про формат





КРУГЛЫЙ СТОЛ
/ ROUND TABLE DISCUSSION

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Круглый стол – локальная активная коммуникация, возможно, дополняемая публичным наблюдением: непосредственно/ситуативно управляемое обсуждение заранее выбранных вопросов, где каждый участник выполняет функцию пропонента (высказывает мнение/позицию именно по обсуждаемому вопросу) и равноправен с другими.

Круглый стол может проводиться как отдельное событие или как часть более крупного мероприятия.

Спикерам предоставляются повестка круглого стола и сопроводительные материалы.

2. Назначение формата

- Выявить точки зрения, мнения по обсуждаемой проблеме и лидеров мнений
- Сделать открытыми идеи и точки зрения по обсуждаемой проблеме
- Обобщить идеи и мнения относительно обсуждаемой проблемы или составить перечень вопросов по ней

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Активного слушания и коммуникации:
 - умения выслушать различные точки зрения
 - умения отстаивать собственную точку зрения
- Критического мышления и прогнозирования:
 - нахождения значимой информации
 - осознания предубеждений и предвзятости
 - критической оценки доказательств
- Сотрудничества и позитивного разрешения проблемы
- Участия в работе групп, решающих общественно значимые проблемы

4. Обязательный набор позиций

- Модератор/ведущий
- Спикеры
- Участники



Примеры в мире



Примеры в России



Примеры в сети



5. Типы мероприятий данного формата

По механике действий:

1. Участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом модератор/ведущий распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения.
2. Модератор/ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом».

6. Требования к участникам

Участники круглого стола должны обладать необходимыми знаниями о проблеме, требующей освещения.

7. Ожидаемый результат

Для организаторов:

- Формулирование тезисов и предложений по результатам проведения круглого стола

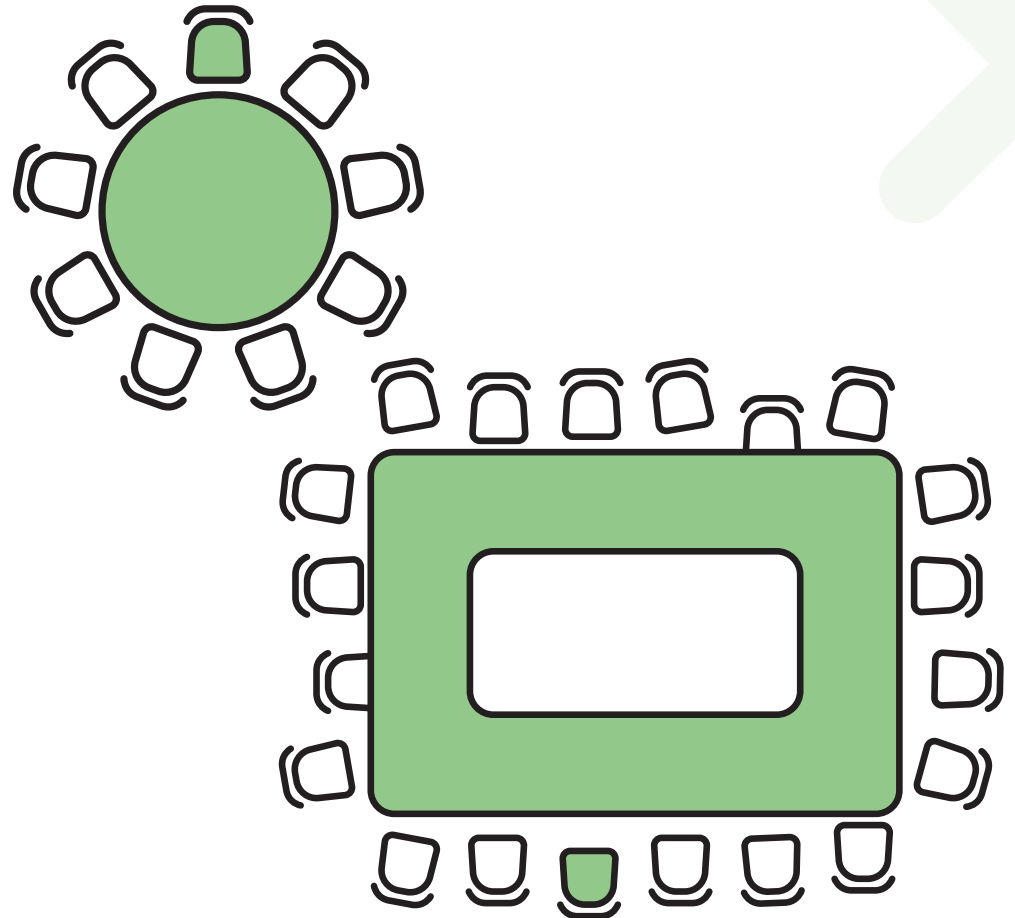
Индивидуальный:

- Возможность активного слушания и коммуникации, нахождение значимой информации
- Возможность сформулировать и высказать тезис, суждение по теме/проблеме

Коллективный:

- Установление и развитие эффективной коммуникации между участниками
- Проявление возможного направления решения определенной проблемы в процессе дискуссии
- Совместная резолюция

8. Типовая схема рассадки участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1** Фокус на узкой теме при наличии общего списка подтем для обсуждения (вопросы, предлагаемые для обсуждения, должны быть заранее подготовлены и известны участникам)
- 2** Ключевой позицией круглого стола всегда является модератор или ведущий, которому необходимо хорошо разбираться в обсуждаемой теме, иметь навыки управления коммуникацией
- 3** Равноправное участие представителей всех заинтересованных сторон.
В результате обсуждения должны быть выявлены точки зрения всех участников на данный вопрос.
- 4** Время выступления и порядок необходимо определить с участниками заранее
- 5** Время проведения круглого стола не должно превышать двух часов

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Высокая – 1433 мероприятия
прошли в формате круглый стол



Организаторы

Бизнес	24%
Университеты	20%
НКО	17%
Экосистема НТИ	13%
Региональные органы власти	10%
Другие	16%

Среднее количество участников

26 человек

26

Средняя продолжительность

60 – 120 минут

1-2
часа

Среднее значение индекса планирования

0,82 – в мероприятии в среднем по факту
принимает участие 82% пользователей от общего
числа зарегистрированных

0,82

Минимально необходимое число специализаций участников

От 6 до 20 специализаций

6-20

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	414
Закрытые мероприятия	191
Открытые мероприятия	781
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	18

ИСТОЧНИКИ





ЗАСЕДАНИЕ РАБОЧЕЙ ГРУППЫ
/ WORKING GROUP MEETING

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Заседание рабочей группы – это формат временной или долгосрочной совместной работы конкретного круга экспертов, специалистов и лиц, принимающих решения (ЛПР), представляющих разные организации, но объединенных задачей достижения общей цели/результата.

Формат рабочей группы имеет четыре ключевых характеристики:

1. Наличие ЛПР в составе группы для обеспечения легитимности заседаний и реализации принятых решений
2. Наличие организационных основ, поддерживающих одинаково понятые участниками правила принятия решения и полномочия
3. Фиксация общего предмета деятельности рабочей группы
4. У каждого члена рабочей группы определена роль, понятны основания его приглашения в состав группы, необходимость участия в составе подтверждена остальными членами

Формат рабочей группы включает работу на заседаниях и между заседаниями. На заседании рабочей группы проходит процедура фильтрации, «тонкой очистки» вынесенных на рассмотрение гипотез, их непротиворечивая увязка между собой с выходом на согласованный общий продукт. Работа между заседаниями группы носит творческий характер и проходит с вовлечением специалистов, имеющих статус «Эксперт» при рабочей группе. Между заседаниями работу организуют лидеры тематических направлений, задача которых – создать воронку знания, выстраивание итерационной работы по проверке гипотез, определению рисков, поиску альтернативных сценариев решения задачи.

Формат рабочей группы отличается от:

- панельной дискуссии, предполагающей формирование палитры экспертных позиций (иногда противоположных) по конкретному вопросу без необходимости их увязки. В рабочей группе ставка делается на коллегиальное принятие решения и консолидацию позиций.
- от нетворкинга наличием фокусировки на задаче принятия решений и ответственности членов группы за эти решения.

Примеры в мире



Примеры в России



Примеры в сети



2. Назначение формата

- Решение проектной задачи, которая выходит за рамки полномочий, ответственности, ресурсных возможностей одной организации
- Сопровождение реализации регулярного процесса в целях обеспечения высокого качества его промежуточных и окончательных результатов

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Навык сфокусированного, краткого высказывания (тезиса, понятного для членов группы) для сохранения тематической направленности заседания и его динамики
- Навык формулирования задачи на управленческом языке
- Умение выдвигать контртезисы в защиту позиций, высказанных членами группы (задача группы не выслушать, а продвинуться в решении конкретного вопроса), навык публичного доказательного высказывания «здесь и сейчас»
- Умение находить компромисс и двигаться к консенсусу – решению, которое при прочих равных удовлетворяет позиции большинства членов группы (общее согласие с оговорками)
- «Гибкость» – способность соблюдения содержательного «диапазона», в котором высказанная позиция может быть скорректирована (в противном случае участники группы без данного навыка чаще всего будут приходить к ситуации блокировки действий группы как коллегиального органа, когда все используют право вето на предлагаемое решение)
- Организационные навыки

4. Обязательный набор позиций

- Председатель и сопредседатель в случае частного-государственного состава группы (участвуют в разработке повестки заседания, модерировать заседание в ориентации на принятие коллегиального решения)
- Секретарь, бэк-офис или секретариат рабочей группы (обеспечивают подготовку заседаний и работу с членами группы, фиксируют основные тезисы и предложения, озвученные в ходе заседания, для дальнейшей проработки с членами рабочей группы и подготовки последующих заседаний, содействуют развитию коммуникации членов рабочей группы между заседаниями и т.д.)
- Члены группы:
 - члены рабочей группы, ответственные за тематические направления
 - члены рабочей группы
- Эксперты при рабочей группе (вовлекаются в работу между заседаниями и присутствуют на расширенных заседаниях рабочей группы)

Члены рабочей группы обладают правом представления ее интересов на публичных мероприятиях, совещаниях и т.д.

5. Типы мероприятий данного формата

Рабочие группы, создаваемые на временной основе

для выработки новых знаний, решения проектной задачи, например, разработка стратегии развития [электроэнергетики], отвечающей интересам всех заинтересованных сторон.

Временная рабочая группа:

- носит проектный статус и связана с решением «уникальной» задачи
- имеет «срочность» сбора рабочей группы и этапы работ (принципиально важно решить задачу в установленный период времени), расформировывается в момент признания факта решения задачи
- как правило, имеет тематическую направленность
- позволяет сконцентрировать коммуникацию специалистов из разных сфер, в том числе в режиме нетворкинга, для согласования позиций и оформления консенсуса

Примеры: временные тематические группы при рассмотрении направлений развития рынка ЭнерджиНет, международная практика создания коллективных документов – свода норм и правил, стандартов и т.д.

Рабочая группа как постоянно действующий орган.

Носит коллегиальный характер и позволяет контролировать, проводить мониторинг и координировать выполнение задач.

Подобные группы:

- работают в долгосрочном горизонте
- связаны с решением сложных задач, регулярным процессом, требующим сопровождения
- являются коллегиальным органом контроля и принятия решения

Пример: рабочие группы по рынкам НТИ и кружковому движению. «Дорожная карта» развития рынка ЭнерджиНет является документом процессного характера, и рабочая группа осуществляет контроль за его реализацией.

Формат «регулярных» рабочих групп наиболее понятен, распознаваем и эффективен для органов власти.

6. Требования к участникам

Для членов группы важно наличие:

- опыта выработки и волевого принятия «жестких» управленческих решений и его реализации в условиях ограниченных ресурсов (с учетом данного критерия не каждый эксперт может быть членом рабочей группы)
- полномочий представлять организацию/принимать решения в рамках деятельности рабочей группы

Для экспертов при рабочей группе важно наличие компетенций в предметной области.

Члены группы по тематическому направлению (специализации) должны соответствовать квалификационным критериям.

В идеале должна быть организована процедура, при которой каждый член группы получает подтверждение от других членов группы о возможности вхождения в состав.

7. Ожидаемый результат

На уровне стейкхолдеров:

- Результаты носят документарный характер (прохождение развилки выбора, детализация планов действий, разработанная стратегия)

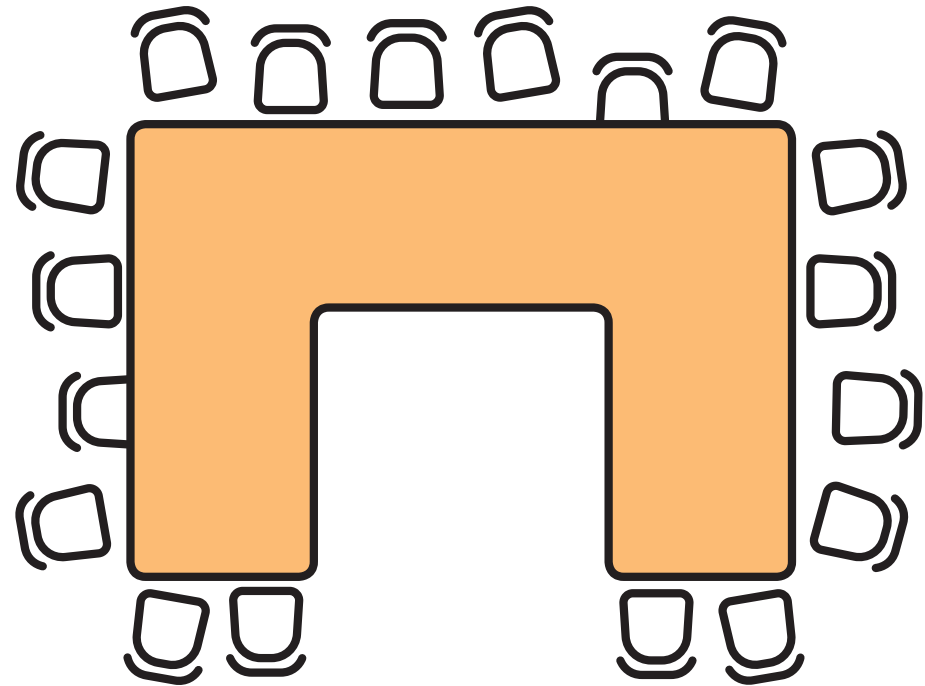
Коллективный

- Построена репрезентативная позиция, разделяемая большинством членов рабочей группы и синтезированная из предложений и позиций членов группы (разработан непротиворечивый и понимаемый всеми план действий, конкретный документ и т.д.)

Индивидуальный

- Позиция члена рабочей группы учтена в итоговом результате
- Понимание и дополнение собственной картины мира, уточнение роли и компетенции в общем разделении труда за счет возможности увидеть свое направление на общей карте работ («бонусная» часть индивидуального результата)

8. Типовая схема рассадки участников



7 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1** Четкое понимание экспертной панели – круга лиц, которые уместны для работы в группе, с учетом:
 - типа группы
 - специфики задачи
 - предметной области
- 2** Поиск мотивационных факторов (например, сроки, приоритетность и сложность задачи), отвечающих на вопрос – зачем необходимо в таком формате двигаться к решению задачи
- 3** Универсальный фактор – умение приходить к консенсусу – «слушать и слышать друг друга»
- 4** Наличие нескольких харизматичных лидеров рабочей группы (в том числе лидеров по направлениям, подгруппам)
- 5** Понимание стратегии и удержание членами рабочей группы стратегического горизонта, понимание глубинных причин, по которым данная работа проводится
- 6** Разделение форматов работы непосредственно на заседании рабочей группы и между заседаниями, а также разделение статусов «Член рабочей группы» и «Эксперт при рабочей группе» позволяет предотвратить превращение рабочей группы в «простой» нетворкинг и маргинализацию этого формата коллективной работы
- 7** Выделение направлений работ (специализаций) внутри группы и членов группы, ответственных за их реализацию

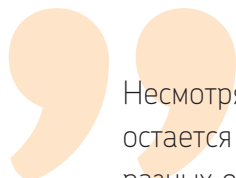
КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Дмитрий Корев

член рабочей группы
ЭнерджиНет



Несмотря на длинную историю и известность, формат рабочей группы остается одним из базовых форматов, позволяющих руководителям разных организаций и экспертам приходиться к консенсусному мнению в решении задач, которые имеют большое влияние на развитие конкретной отрасли, территории, технологического направления или в целом на процессы социально-экономического развития. Формат будет успешным в случае жесткого соблюдения его рамок, предотвращения его трансформации в простой нетворкинг и конструктивного от деления статусов члена рабочей группы и привлеченного к работе эксперта.



ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Высокая – 1473 мероприятия прошли в формате заседание рабочей группы



Организаторы

Бизнес	30%
Университеты	23%
НКО	19%
Экосистема НТИ	9%
Институты развития	7%
Региональные органы власти	5%
Другие	7%

Среднее количество участников

13 человек

13

Средняя продолжительность

2,5-3 часа

2,5-3
часа

Среднее значение индекса планирования

0,82 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 82% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,82

Минимально необходимое число специализаций участников

От 3 до 11 специализаций

3-11

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	530
Закрытые мероприятия	614
Открытые мероприятия	303

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





ВОРКШОП/
WORKSHOP

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Воркшоп – это формат коллективной работы, в рамках которого участники работают в небольших группах под руководством фасилитатора. В основе формата лежит решение практических бизнес-задач.

По результатам воркшопа каждая команда представляет разработанные концепты решений поставленной задачи.

Возможно включение в формат воркшопа образовательных элементов для передачи участникам знаний, необходимых для решения поставленной задачи.

2. Назначение формата

- Решение конкретной прикладной бизнес-задачи. На выходе – несколько версий решения бизнес-задачи (концептов решений). Как правило, бизнес-задачи связаны с оптимизацией производств, повышением производительности труда, научно-технологическим и инновационным развитием компаний, проектированием полигонов для тестирования технологий в компаниях и регионах и т.д.

- Решение «сопутствующих» вопросов для организаторов (например, поиск людей/команд, экспертов для проекта или закрытия вакансий и т.д.)

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Командная работа (навыки коммуникации, понимания, следования конкретной инструкции и т.д.)
- Навык работы с вопросами
- Навык слушания и фиксации ключевых тезисов
- Навык формулировки и изложения собственных тезисов
- Навык (быстрого) принятия решения (-ий)
- Навык распределения ролей и функционального/содержательного соответствия заданной роли в команде (лидер, генератор идей, исполнитель и т.п.)

Примеры в мире



MIT Global
Startup
Workshop



Воркшоп компании
Amazon «Разработка
исследовательской программы
в области разговорного
искусственного интеллекта»

Примеры в России



Примеры в сети



Воркшоп «Цифро-
вое производство»,
21 апреля 2018
года. «Точка кипения» – Томск



4. Обязательный набор позиций

Содержательная часть воркшопа:

- Заказчик
- Потребитель результата
- Фасилитатор/помощник фасилитатора
- Методолог воркшопа (разрабатывает и/или адаптирует уже существующую методологию проведения воркшопа)
- Генератор контента (разрабатывает контент с учетом бизнес-задачи и этапов групповой работы)
- Бизнес-аналитик (формулирует ожидаемый результат воркшопа, помогает участникам определить ключевое содержание бизнес-вопроса и т.д.)
- Носители уникальных знаний для работы в группах, имеющие четкое понимание содержания мероприятия и оказывающие помощь группе в достижении результата (приглашенные эксперты в предметной области, представители бизнеса/заказчика/потребителя)
- Визуализаторы и/или стенографы. Фиксируют ход обсуждения и визуально оформляют результаты каждого этапа работы группы, чтобы помочь участникам «быстро вспоминать» и обращаться к уже наработанному содержанию (на усмотрение организаторов, в зависимости от сложности бизнес-задачи)

Организационная часть воркшопа:

- Маркетолог/руководитель продвижения. Занимается продвижением и поиском участников. Работает с сайтом воркшопа, организует и проводит информационную кампанию с учетом необходимого профиля компетенций участников.

- Event-менеджер (-ы). Занимается подготовкой площадки проведения воркшопа, обеспечением питания, логистикой, регистрацией участников и т.д.)

5. Типы мероприятий данного формата

- Самостоятельное мероприятие
- В рамках крупного мероприятия (форум, конференция и т.д.)

6. Требования к участникам

Соответствие профилю компетенций, формируемому с учетом бизнес-задачи

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Конкретное решение обозначенной задачи
- Проявление «новых» специалистов

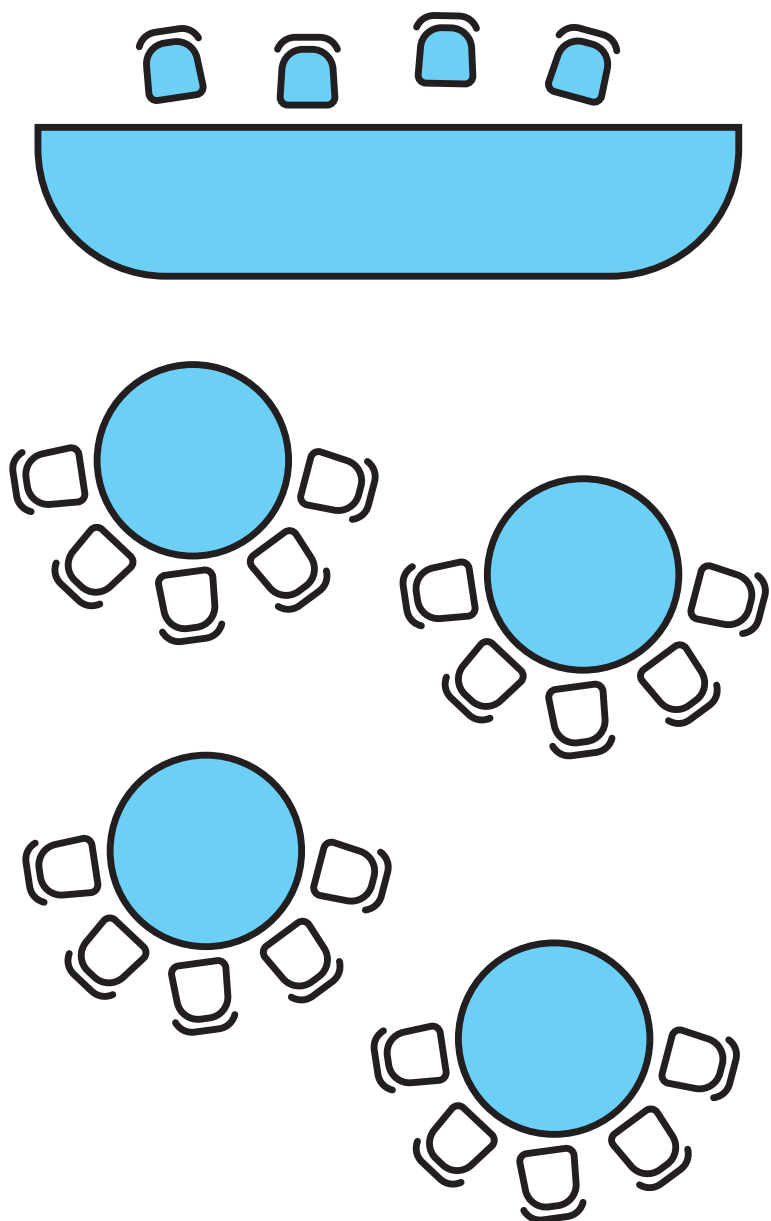
Индивидуальный

- Освоение новых навыков/отработка профессиональных навыков
- Получение уникальной информации
- Установление деловых контактов

Коллективный

- Разработка коллективного продукта

8. Типовая схема рассадки участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Наличие:
 - реального бизнес-кейса, актуального на момент подготовки и проведения воркшопа
 - конкретного заказчика в проекте (бизнес-кейсе) с четким пониманием проблем, потребностей
 - позиции «Потребитель результата внутри организации». Основная функция – продвижение полученного результата внутри организации, вовлечение коллег в его реализацию/доработку
- 2 Наличие качественного фасилитатора (при поиске фасилитатора возможно использование цифровых инструментов, позволяющих профилировать людей по заданным критериям)
- 3 Наличие четко сформулированного ожидаемого результата воркшопа (конкретная измеримая задача)
- 4 При отборе участников воркшопа пользоваться принципом релевантности. Например, через составление мини-анкеты:
 - профайл участника
 - мотивация участия
 - экспертность и компетенции в конкретной теме
 - психотип (ролевая модель) – участник должен быть вовлечен в командную работу, но не должен отрицательно влиять на динамику процесса и «перетягивать» внимание участников только на себя/свои знания
- 5 Разработка сценария и методологии воркшопа, методологии групповой работы

КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Павел Доронин

CEO AI Today

”

Формат «Воркшоп» распространен в технологическом секторе и занимает важное место в инновационном цикле, например, решение технологических задач, проработка бизнес-кейсов и т.д. В основе формата «Воркшоп» – реальный «живой» бизнес-кейс, актуальный запрос бизнеса на текущий момент.

Микс форматов будет идти по двум направлениям. Первое – это смесь on-line и off-line, что позволяет увеличить воронку. Второе – это построение мультиформатной цепочки мероприятий для решения сложной задачи, например, развития технологической экосистемы крупной компании

“

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Среднее значение – 206 мероприятий прошли в формате Воркшоп



Организаторы

Бизнес	25%
Университеты	49%
Экосистема НТИ	8%
Другое (включая Институты развития, Школы/Детские сады, НКО, Банки и т.д.)	18%

Среднее количество участников

21 человек

21

Средняя продолжительность

3 часа (на базе мероприятий leader-id.ru)
Рекомендуемая продолжительность: от 1 до 3 дней
(в зависимости от сложности задачи)

3
часа

Среднее значение индекса планирования

0,86 – в мероприятии в среднем по факту
принимает участие 86% пользователей от общего
числа зарегистрированных

0,86

Минимально необходимое число специализаций участников

От 3 до 15 специализаций

3-15

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	71
Закрытые мероприятия	46
Открытые мероприятия	83
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	5

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





ЛЕКЦИЯ/
LECTURE

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Лекция – это устное выступление по определенной теме для большой аудитории. Формат лекции предполагает экспертную позицию лектора по вопросу выступления.

Как правило, продолжительность лекции может быть от 15 минут (мини-лекция) до нескольких часов (экспертная лекция).

2. Назначение формата

Формат лекции рассчитан на:

- погружение аудитории в историю вопроса
- формирование достаточного и актуального представления о предмете
- постановку новой задачи/проблемы

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

Для лектора:

- Работа с большим объемом материала, его «упаковка» в соответствии со спецификой темы, аудитории лекции и отведенного времени
- Навык публичных выступлений
- Социальные навыки

Для аудитории:

- Навык «активного» слушания
- Навык фиксации основных тезисов выступления, имеющих значение/вызывающих вопросы
- Навык формулирования и задавания вопросов
- Использование полученной информации в своей профессиональной и общественной деятельности

4. Обязательный набор позиций

- Лектор
- Ведущий/модератор
- Участники (слушатели)

Примеры в России



Примеры в сети



5. Типы мероприятий данного формата

- Открытая/публичная лекция
- Экспертная лекция
- Визионерская лекция
- Форсайт-лекция
- Мини- или экспресс-лекция (как правило, проходит серия мини-лекций с разными лекторами)
- «Рождественская лекция» (авторский формат)

6. Требования к участникам

Требования к участникам предъявляются, исходя из задач организаторов, формата лекции, пожеланий лектора. Участникам необходимо подготовить вопросы по теме лекции.

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Решение задач, обозначенных в рамках подготовки мероприятия
- Создание регулярно действующей коммуникационной площадки
- Выстраивание взаимодействия/партнерства с местными сообществами, представителями бизнеса, образования, науки и других организационных структур и институтов

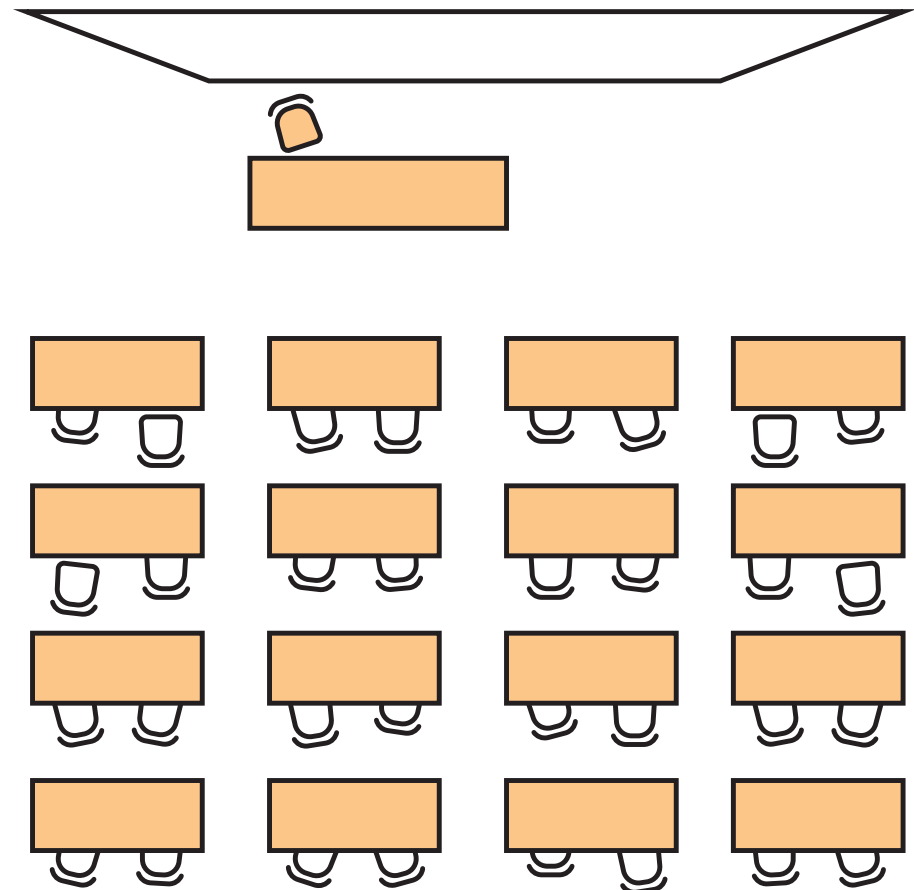
Индивидуальный

- Получение актуальной информации
- Презентация результатов своей деятельности (для лектора)
- Установление контактов

Коллективный

- Формирование коллективного запроса на темы/лекторов

8. Типовая схема рассадки участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

1 Четкое понимание заказчиком/организатором цели и задач, на достижение которых влияет лекция. От этого зависит выполнение следующих шагов (см. факторы 2-5).

2 Подготовка лектора и получение основной информации от лектора:

- продолжительность лекции
- кому будет интересна лекция
- проработка содержания лекции, выявление наиболее важных/интересных пунктов для освещения
- «выбор» языка для лекции, исходя из формата: публичная лекция, экспертная лекция и т.п., специфики аудитории слушателей и т.д.
- проработка презентационных материалов, чтобы слайды были рабочим инструментом для лектора и слушателей

Подготовка информационной справки о лекторе (краткая профессиональная биография, наиболее известные работы/труды/реализованные проекты/научные исследования и т.д., ссылки на профили в социальных сетях, интервью и др.) и о чем будет лекция (краткий текст с указанием ключевых тем/проблем/вопросов, которые будут затронуты в лекции).

3 Предварительная разработка информационной кампании:

- если лекция носит открытый характер и есть возможность принять участие, то для привлечения внимания заинтересованных сторон (потенциальные слушатели, представители СМИ, потенциальные партнеры/заказчики и т.д.)
- если лекция носит закрытый характер (например, в рамках обучающей программы), то для подведения итогов

Использование личных контактов для распространения информации о лекции и приглашения потенциальных участников.

4 Предварительное составление перечня потенциальных слушателей, представляющих разные позиции и организации. Рассылка приглашений письмами по электронной почте, уточнение статуса участия путем телефонных переговоров.

Напоминание о лекции за день до мероприятия приглашенным участникам (эл. почта, телефонные звонки).

5 Решение организационных вопросов в рамках подготовки, проведения лекции и после ее окончания (организация приезда и проживания лектора, если он иногородний, бронирование зала, техническое оснащение, организация питания, воды для лектора, фото- и видеосопровождение лекции, организация процесса регистрации перед началом лекции и т.д.).

Распределение обязанностей и ответственных из числа организаторов (привлеченных волонтеров).

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Высокая – 1900 мероприятий прошли в формате лекции



Организаторы

Бизнес	32%
Университеты	25%
НКО	12%
Экосистема НТИ	21%
Другое	10%

Среднее количество участников

32 человека

32

Средняя продолжительность

2 часа

2
часа

Среднее значение индекса планирования

0,79 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 79% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,79

Минимально необходимое число специализаций участников

От 5 до 20 специализаций

5-20

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	464
Закрытые мероприятия	123
Открытые мероприятия	1223
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	51

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ
/ STRATEGIC SESSION

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Стратегическая сессия – формат проектной работы, направленный на совместную работу представителей заинтересованных сторон с целью анализа и оценки текущей ситуации, выявления проблем, разработки решений и общего видения развития на определенный период времени.

Продолжительность стратегической сессии – от нескольких часов до нескольких дней.

Стратегическая сессия включает две базовые части – конференциальная часть и групповая работа.

Конференциальная часть сессии проходит в режиме докладов, вопросов и ответов, предполагает разбор конкретных тематик. Назначение групповой работы состоит в вовлечении большего количества участников и формировании консенсусного мнения.

К конференциальной части участники готовятся заранее – оформляют результаты работы в доклад, выступают.

В групповой работе участники договариваются по конкретному вопросу, каждый участник имеет возможность высказаться и внести вклад в итоговый результат.

Как правило, стратегическая сессия предполагает работу в группах по 5–9 человек (допускается варьирование количества человек в группе на усмотрение организатора).

Сценарным фундаментом стратегической сессии является чередование конференциальной части и групповой работы, их смена задает ритм сессии и позволяет доводить работу с проблемой до проекта и плана его реализации.

Для участников создаются следующие продукты: аналитические материалы, имеющие отношение к тематике сессии, стенограммы сессии (по запросу), сборка результатов сессии.

2. Назначение формата

Формат стратегической сессии используется:

- Компаниями (крупный, малый и средний бизнес), образовательными и научными организациями, НКО для определения стратегических целей, приоритетов и задач развития
- Органами исполнительной власти для определения приоритетов развития, поиска эффективных способов реализации федеральных и региональных инициатив и др.

Формат применяется в ситуации, когда необходимо:

- Проявить цели и позиции стейкхолдеров по конкретному вопросу, сформировать консенсусное мнение
- «Выровнять» представление о будущем
- Определить приоритеты стратегического развития
- Спланировать работы по реализации стратегии
- Проверить и уточнить имеющийся образ результата

Примеры в России



Примеры в сети



3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Навык работы в команде «под задачу» и временного «выхода» из авторитарной модели работы в иерархической структуре в групповую горизонтальную коммуникацию с возможностью услышать членов команды, включая молодых сотрудников, а также тех, с кем проявлялись разногласия (переход от иерархического отношения к уважительному командному отношению)
- Навык обсуждения сложных тем/вопросов
- Навык активного слушания
- Навык формулирования тезисов, систематизации новых знаний и схематизации ситуации
- Навык формулирования проблематики, взгляда на проблему из фокуса «другой» позиции – клиента, партнера, стейкхолдера и т.д., включая формулирование идей, позволяющих выйти за рамки и посмотреть «что было бы, если...»
- Навык ведения дискуссии, аргументированной защиты своей позиции в команде и позиции команды при взаимодействии с другими группами
- Навык создания и сохранения комфортной и безопасной среды для работы каждого участника команды

- Навык публичного выступления от группы (презентации результатов групповой работы)
- Навыки схематизации/визуализации предметного содержания обсуждаемой темы
- Навык тестирования прототипа продукта, предполагающего способность представить прототип, его ценность и функциональные свойства, получить обратную связь и использовать ее на этапе доработки прототипа
- Навык пересмотра убеждений, признания и принятия другой точки зрения

4. Обязательный набор позиций

- **Заказчик** (формирует задачи стратегической сессии, например, актуализация стратегии развития региона, представляет в форме вводного доклада)
- **Архитектор сессии** (полностью проектирует и планирует сессию от первой встречи с заказчиком до подведения итогов, отвечает за структуру и сценарий сессии, подбор инструментов работы с участниками под каждую фазу, отвечает за то, что «можно упустить» и что «упустить нельзя» в ходе работы сессии)
- **Основной ведущий** (задает рамку, объявляет программу и тайминг, разъясняет участникам задачу работы на каждом этапе)

- **Модераторы/фасилитаторы** (имеют опыт модерации групповой работы с участием представителей разных организаций и статусов, могут не владеть профессиональным содержанием, но руководствуются этапами групповой работы и применяют инструменты, ориентированные на выработку группового решения, приведение группы к результату с максимальным вовлечением ее участников, в том числе отвечают за «выравнивание» темпа движения группы, если она опережает или отстает от других групп. Дают установки на работу в группе, поддерживают рабочий процесс, вовлекают каждого участника, помогают разрешать возникающие внутри группы конфликты/разногласия; в позициях «Архитектора» и «Основного ведущего» может работать один специалист, при этом совмещение с работой в позиции «Модератора» не рекомендуется)
- **Администратор** (отвечает за работу с площадкой, техническим оснащением, обеспечением питания, соблюдением времени сессии, общей логистикой)
- **Участники**
- **Стенограф/скрайбер** (фиксирует ход обсуждения в группе)
- **Дизайнер** (вовлекается в случае необходимости создания прототипа и его тестирования)
- Позиция, отслеживающая общую динамику сессии и предлагающая оперативные рекомендации модераторам по выравниванию темпа движения групп или проводящая самостоятельную работу с выпадающими участниками и «медленными» группами.

5. Типы мероприятий данного формата

- «Классическая» сессия стратегического планирования предполагает три шага. Первый шаг – проявление позиций разных стейкхолдеров по отношению к стратегическому развитию, например, региона, университета, города, компании, выявление ключевых проблем. Второй шаг – фиксация развилки выбора – «проигрывание» разных сценариев трансформации позиций стейкхолдеров в условиях меняющейся стратегии. Третий шаг – формулирование базового сценария реализации стратегии.
- «Assessment-сессия», или «Сессия ситуационного анализа» направлена на оценку текущей ситуации по конкретному вопросу (например, есть стратегия как документ, но в процессе ее реализации выясняется, что никто не знает стратегию и даже не видел документа). Assessment-сессии можно также проводить на предмет оценки кадрового климата в компании или анализа рисков.
- Стресс-форсайт, в рамках которого перед участниками «выкладываются» определенные проблемы развития рынка и вместе с ними составляется список стресс-факторов, которые могут повлиять на развитие конкретной компании или отрасли в целом. Участники должны выявить те факторы, которые могут оказать сильное негативное влияние на состояние компании, оценить риски реализации этих факторов и последствия для компании.

Ситуации, в которых востребованы разные типы сессий:

- Коллективу специалистов необходимо договориться между собой, командам двух «конкурирующих» отделов одной компании необходимо выйти на единую цель работы. Этапы работ организатора на всем жизненном цикле подготовки, проведения и подведения итогов стратегической/фасилитационной сессии: проявление причины разногласия, проведение предварительного исследования для выявления сути противоречия, конструирование фасилитационной сессии (участники работают по определенному алгоритму: вскрытие проблематики, выработка решений, определение шагов, выполнение которых приведет к решениям). Продолжительность стратегической сессии, в зависимости от числа участников и сложности задачи, от 6 часов до двух дней.
- Сложилась команда единомышленников, отсутствуют явные противоречия по целям, результатам и способам работы, необходимо построить план достижения целевого образа будущего. Сессия планирования, которая направлена на выравнивание видения будущего участников команды и предполагает: оценку текущей ситуации, процесс договаривания об образе будущего, формулирование критериев достижения образа будущего, создание «дорожной карты» по кварталам на 1,5-2 года (в случае планирования реализации стратегии – разработка плана реализации стратегии на следующие 2 года).

- Разработка решения известной проблемы. Креативная сессия (Co-Creation сессия), в рамках которой: члены команды совместно вырабатывают решение, осуществляют прототипирование и тестирование; применяются элементы дизайн-мышления, мозгового штурма, ориентированные на выход за «привычные» рамки и разработку нового решения.
- Работа с клиентами. Сессия дизайн-мышления в ориентации на конкретный сегмент рынка и потребности клиента, представители которого работают как минимум на старте и завершении сессии.

Стратегические сессии включают мероприятия разного формата, которые могут быть использованы для достижения результата конкретного этапа/такта сессии в зависимости от поставленных задач организаторов: пленарное заседание, мозговой штурм, коучинговые методики, выступления экспертов, вопросные штурмы, элементы социального соревнования и др. В практике встречаются случаи встраивания «развлекательных» элементов и режимов, позволяющих участникам раскрепоститься, узнать друг друга, а также включения в формат сессии элементов экшена, шоу.

6. Требования к участникам

Участники должны представлять интересы организаций, сообщества, команд проектов развития и внедрения новых технологий в разных областях с учетом специфики задачи сессии.

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Оценка текущей ситуации, формирование общего видения ситуации
- Определение приоритетов развития
- Формирование пула проектных инициатив/решений/мероприятий для дальнейшей детальной проработки, закрепленных в итоговом документе сессии
- Формирование проектных групп/команд для проработки и реализации принятых решений

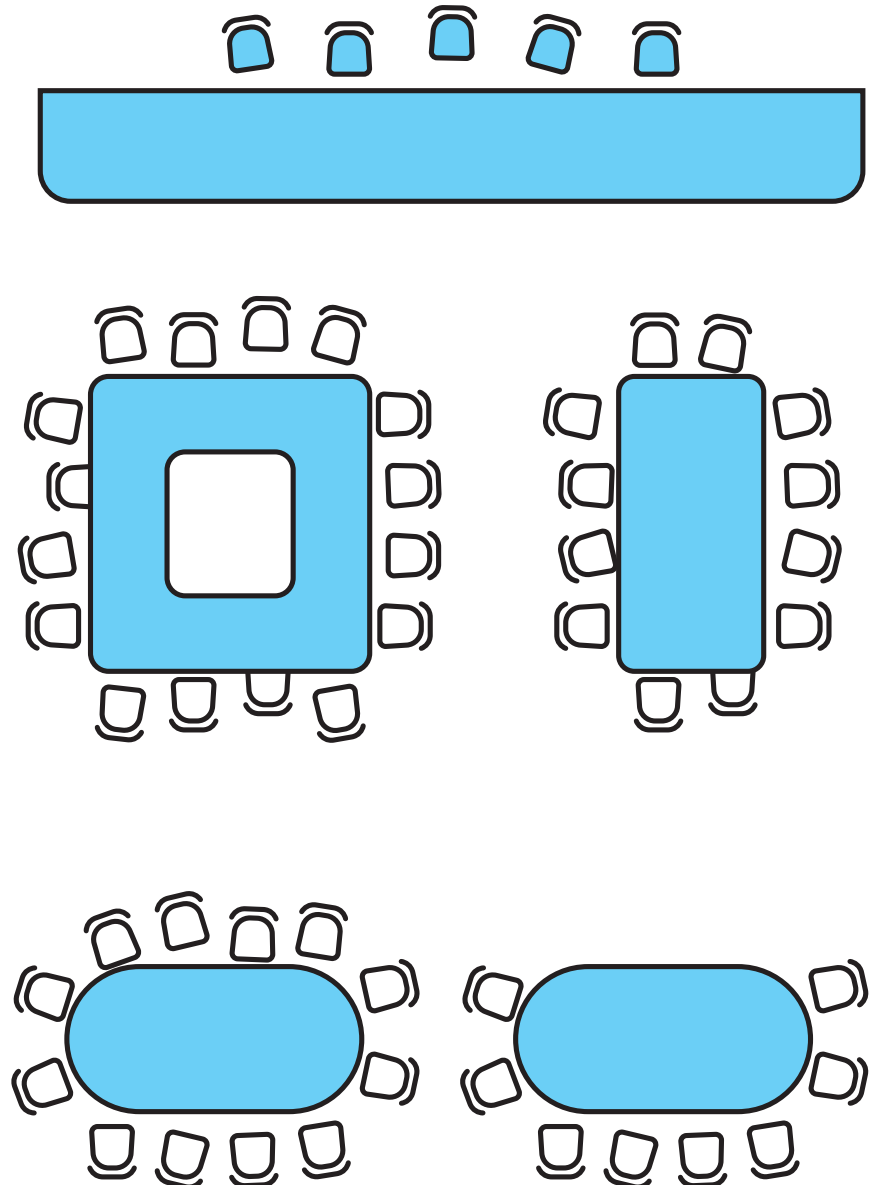
Индивидуальный

- Освоение новых ролей
- Внесение предложений
- Установление контактов
- Вхождение в число исполнителей принятых решений

Коллективный

- Формирование коллективного продукта
- Формирование проектных групп/команд для проработки и реализации принятых решений

8. Типовая схема рассадки участников



6 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1** Включенность руководителя (заказчика). Руководитель должен быть готов «потратить» время на полноценное участие в сессии (минимальное участие – открытие сессии и приемка результатов). Вовлеченностью заказчика и ключевых стейкхолдеров определяется статус мероприятия и его легитимность.
- 2** Команда организаторов сессии, которая проектирует, ведет подготовку, проводит и подводит итоги сессии. Примерно 60% усилий команды уходит на фазу проектирования и подготовки, 35% – на проведение, 5% – на «упаковку» и подведение итогов сессии с заказчиком (передача отчета, интерпретация результатов, подготовка предложений по использованию результата).
- 3** Дизайн коммуникации, подробная проработка каждого шага сессии от старта до результата.
Для этого необходимо:
 - провести качественную диагностику – определить задачу (почему ее необходимо решать сейчас, были ли попытки решить задачу в прошлом и к чему они привели, определить сторонников и противников решения задачи)
 - на фазе проектирования сессии необходимо рассчитать достаточность времени сессии для решения поставленной задачи
 - обеспечить участие в сессии представителей разных подразделений/сфер деятельности и предложить алгоритм достижения консенсуса с учетом интересов всех стейкхолдеров
 - предусмотреть возможность заявить позицию каждому участнику (использовать метод стикеров в ситуации, когда физического времени не хватает, чтобы каждый участник мог высказаться)
- 4** Участники сессии должны быть мотивированы к участию и включены в рабочий процесс за счет качественной фасилитации. Необходимо обеспечить разнообразие инструментов вовлечения участников (доклад вовлекает 10% аудитории, работа со стикерами и карточками – еще 10%, «поход на внешнюю площадку» для обсуждения лучшей практики – еще 10%, и т.д.), а также использование современных технологий (например, интерактивного голосования), которые позволяют заявить позицию и повысить интерес участника к контенту).
- 5** Важны площадка и интерьеры. Необходимо обеспечить красивое и комфортное место проведения сессии. Пространство должно физически вмещать всех участников, быть соразмерным числу участников, освещенным, без «посторонних» людей и шумов, обеспеченным флип-чартами и досками для визуализации результатов работы.
- 6** Внешнее информационное сопровождение, запуск YouTube-канала и сайта сессии, производство видеороликов о ходе проведения сессии и итогах.

КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Дмитрий Санатов

заместитель директора Центра стратегических разработок «Северо-Запад»



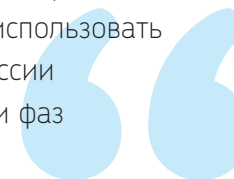
Важно не только формат, но и инструменты, которые в нем используются. Выигрывает тот, кто расширяет многообразие инструментов и предлагает свой формат. Искусство специалистов, которые ведут сессии – создавать коммуникативные прецеденты, условия, чтобы позиция и цели всех стейкхолдеров были публично объявлены – проявить поле, в котором будут выбираться границы стратегии и целевой сценарий ее реализации.



Ольга Линник

эксперт Центра подготовки руководителей цифровой трансформации ВШГУ РАНХиГС

Самое главное – понимание решаемой задачи. Сессия может включать разные форматы и инструменты, которые позволяют наиболее эффективно пройти разные фазы работы: мозговой штурм, исследование, фаза фокусировки и выработки решения, его прототипирования и тестирования. Задача – максимально дробить сессию на отдельные фазы и использовать адекватные инструменты. Границы формата стратегической сессии как бы прорисовываются на пересечении меню инструментов и фаз в решении задачи.



ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Высокая – 739 мероприятий прошли в формате стратегическая сессия



Организаторы

Бизнес	30%
Университеты	17%
Экосистема НТИ	16%
НКО	12%
Институты развития	9%
Региональные органы власти	7%
Другое	9%

Среднее количество участников

35 человек

35

Средняя продолжительность

4,5 часа

4,5
часа

Среднее значение индекса планирования

0,79 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 79% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,79

Минимально необходимое число специализаций участников

От 7 до 27 специализаций

7-27

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	313
Закрытые мероприятия	187
Открытые мероприятия	205
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	17

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





СОВЕЩАНИЕ/
MEETING

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Совещание – публичная коммуникация, собрание для согласования позиций участников по выбранному вопросу.

2. Назначение формата

- Обмен информацией
- Согласование позиций
- Принятие и письменная фиксация коллективного решения по заранее определенному кругу вопросов

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Умения «свертывать» и «развертывать» информацию при словесной передаче (с использованием перефразирования, резюмирования, тезисного выражения)
- Навыки формулирования выводов, предложений, идей, т.е. умение находить такое словесное выражение, которое бы точно и однозначно передавало мысль

4. Обязательный набор позиций

- Ведущий
- Докладчик
- Участники

5. Типы мероприятий данного формата

По назначению:

- Вырабатывающие и принимающие решения
- Разъясняющие и уточняющие задачи по реализации ранее принятых решений
- Подводящие итоги выполнения решений и дающие оценку полученным результатам

По периодичности проведения:

- Разовые
- Регулярные
- Периодические

По количеству участников:

- Узкий состав (5–7 человек)
- Расширенный состав (8–20 человек)
- Представительные совещания (более 20 человек)

По степени стабильности состава участников:

- Совещания с определенным составом работников
- Совещания с участниками, приглашенными в соответствии с повесткой дня

По содержанию работы, исходя из целей:

- Проблемные, когда требуется найти оптимальное решение обсуждаемого вопроса
- Инструктивные, когда необходимо довести до сотрудников информацию, указания, рекомендации
- Оперативные (диспетчерские) совещания для согласования деятельности подразделений, по решению текущих вопросов и координации действий работников

6. Требования к участникам

Ведущий и докладчики должны быть подготовлены к обсуждению вопросов, вынесенных в повестку совещания; хорошо знать обозначенные проблемы/вопросы.

Участники совещания – иметь готовность использовать полученную информацию для принятия решений на своих рабочих местах в рамках компетенций.

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Использование знаний и опыта множества участников совещания
- Проявление взгляда на проблему с разных сторон

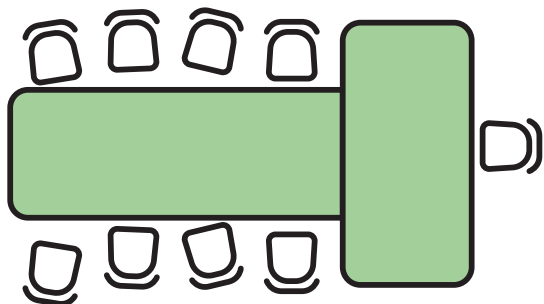
Индивидуальный

- Получение информации от разных заинтересованных сторон, участие в анализе ситуации

Коллективный

- Прояснение ситуации/принятие решения по выбранному вопросу с учетом коллективных знаний и опыта

8. Типовая схема рассадки участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Определение задач совещания, подготовка повестки совещания, следование регламенту в ходе проведения совещания
- 2 Число участников должно быть минимально необходимым
- 3 Ведущий должен учитывать уровень подготовленности, информированности и даже настрой участников совещания
- 4 Рекомендуемый временной регламент выступления:
 - основному докладчику — 15-20 минут
 - выступающим — 5-10 минут
- 5 Фиксация устной речи, ведение протокола

Примеры в мире



Примеры в России



Примеры в сети



ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Очень высокая – 2245 мероприятий прошли в формате совещание



Организаторы

Бизнес	26%
Университеты	18%
Экосистема НТИ	19%
НКО	17%
Институты развития	7%
Региональные органы власти	6%
Другое	7%

Среднее количество участников

16 человек

16

Средняя продолжительность

2,5 часа

2,5
часа

Среднее значение индекса планирования

0,83 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 83% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,83

Минимально необходимое число специализаций участников

От 3 до 13 специализаций

3-13

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	827
Закрытые мероприятия	876
Открытые мероприятия	151
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	8

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)



ΦΟΡΥΜ/
FORUM



ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Форум – способ организации активной публичной коммуникации по крупному и сложному поводу с изложением мнения в избираемой участником форме.

2. Назначение формата

Форум проводится для обозначения или решения каких-либо в достаточной степени глобальных проблем, формирования общей повестки дня.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Навык «активного» слушания
- Гибкость мышления
- Коммуникативные навыки
- Умение анализировать и принимать решения

4. Обязательный набор позиций

- Заказчик
- Программный комитет
- Организационный комитет
- Модераторы
- Эксперты/спикеры
- Участники

5. Требования к участникам

Требования к участникам могут быть разные. Стандартными требованиями можно назвать: принадлежность к определенному сообществу, коммуникативные способности, интеллектуальную продуктивность, умение открывать и генерировать новые принципы, подходы, идеи.

6. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Нахождение наилучших решений с помощью большой концентрации экспертов и ведущих представителей сообществ, профессиональной сферы и т.д.

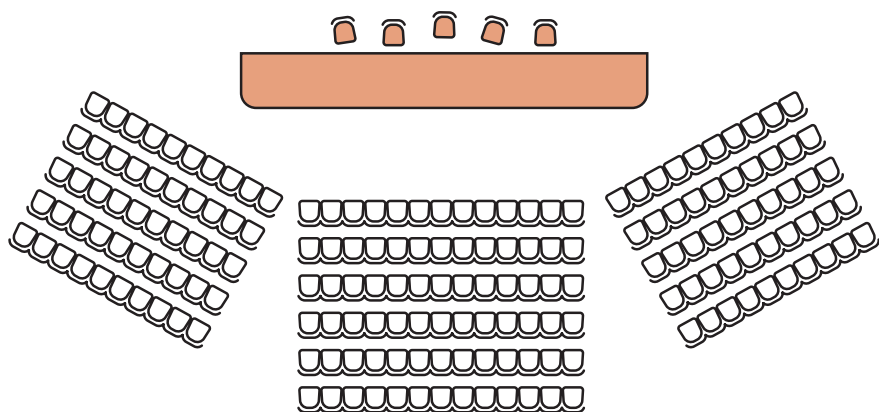
Индивидуальный

- Площадка для самовыражения
- Место, где можно быть полезным, поделиться своими знаниями и опытом
- Место, где можно продвинуть новый сервис или продукт
- Способ получить помощь, задать вопрос и получить развернутый ответ от профессионалов
- Способ найти необходимые контакты и инвестиции

Коллективный

- Формирование общей повестки дня
- Выработка подходов и принципов в ходе активной коммуникации
- Получение представления об общей повестке или векторе ее изменения

7. Типовая схема рассадки участников



8. Требования к визуализации и схематизации работы форума

- Карта – навигатор мероприятий форума с указанием названия мероприятия, целей и задач, мест, состава участников и спикеров
- Достаточное количество информационных материалов, имеющих отношение к теме и форматам форума
- Возможность формирования пакетов информации или стенограмм мероприятий по запросу участников

5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1** Хорошо проработанная, содержательно наполненная программа.
Проработка архитектуры форума и содержательной логистики (оценка перемещения участников между мероприятиями в соответствии с привлекательностью темы и спикеров)
- 2** Качественный состав экспертов и спикеров

- 3** Качественный состав участников, представителей определенного сообщества
- 4** Включение мероприятий разного формата, ориентированных на разную целевую аудиторию
- 5** Включение мероприятий на всем временном цикле: утренняя программа, дневная программа, вечерняя программа

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Средняя – 397 мероприятий прошли в формате форум



Организаторы

Бизнес	21%
Университеты	22%
Экосистема НТИ	14%
НКО	16%
Региональные органы власти	12%
Школы и детские сады	6%
Органы местного самоуправления	5%
Другое	4%

Среднее количество участников

121 человек

121

Средняя продолжительность

6 часов

6 часов

Среднее значение индекса планирования

0,84 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 84% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,84

Минимально необходимое число специализаций участников

От 11 до 41 специализации

11-41

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	117
Закрытые мероприятия	23
Открытые мероприятия	229
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	18

Примеры в мире



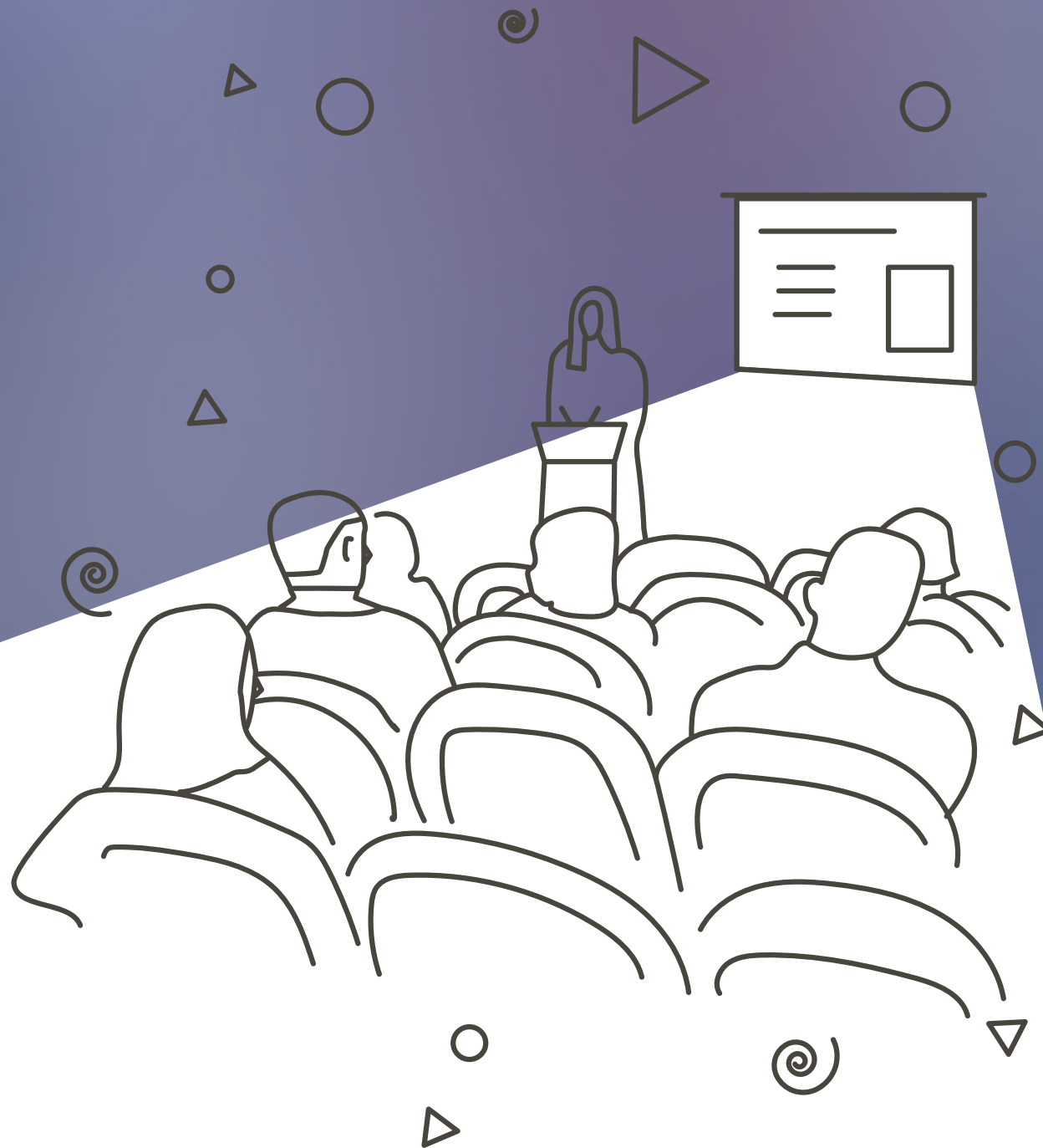
Примеры в России



Примеры в сети



КОНФЕРЕНЦИЯ/
CONFERENCE



ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Конференция – собрание представителей каких-либо организаций, групп, государств, а также отдельных лиц, ученых для обсуждения определенной проблемы или вопросов.

2. Назначение формата

Формат конференции позволяет рассмотреть вопрос/проблему с нескольких сторон и услышать различные подходы к решению одной задачи. Как правило, конференция рассматривает множественные аспекты одной и той же темы, включая и зарубежные исследования и разработки.

В ходе проведения конференции участники активно обмениваются опытом, формулируют основополагающие тезисы и подводят итоги встречи. Такие мероприятия – идеальная среда для распространения новых идей и технологий. По итогам конференции может быть принята резолюция.

Для участников должны быть созданы следующие продукты:

- Карта – навигатор секций конференции с указанием названия секции, состава участников и спикеров
- Достаточное количество информационных материалов, имеющих отношение к обсуждаемой теме
- Возможность формирования пакетов информации или стенограмм по запросу участников

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Рассмотрение конкретной темы/проблемы с разных сторон
- Систематизация собственного опыта
- Формулирование собственных тезисов и их презентация
- Умение выступать и вести дискуссию
- Умение слышать вопрос и аргументировано отвечать на него
- Навык задавания вопросов
- Фиксация основных тезисов дискуссии

4. Обязательный набор позиций

- Организационный/программный комитет
- Эксперты (формулируют тему, проблемы, вопросы конференции, проводят квалифицированный отбор участников)
- Научный комитет (при необходимости отбора тезисов и формирования тематических сессий)
- Модераторы
- Докладчики (ключевые доклады)
- Дискутанты (краткие сообщения на мероприятиях конференции, содоклады)
- Участники (слушатели)

Примеры в мире



Environmental Science and Climate Change Conference (Сингапур)

Это возможность для презентации новых достижений, идей и результатов исследований в области естественных и экологических наук



World Gas Conference

Всемирная газовая конференция проводится каждые три года в стране, председательствующей в Международном газовом союзе, и содействует достижению основных ее целей по повышению уровня использования природного газа, одновременно предлагая своевременные обновления (более 12 тысяч участников из 100 стран мира)

5. Типы мероприятий данного формата

Конференции, в зависимости от критерия, делятся:

- По тематике (узкоспециализированные, конференции широкой тематики)
- По направлению (бизнес-конференция, научная и т.д.)
- По охвату географии участников (локальные, региональные, всероссийские, международные)
- По форме (очные, internet-конференции)
- По специфике представляемого опыта (распространение успешного опыта и лучших практик, распространение опыта ошибок, провалов и выводов)

6. Требования к участникам

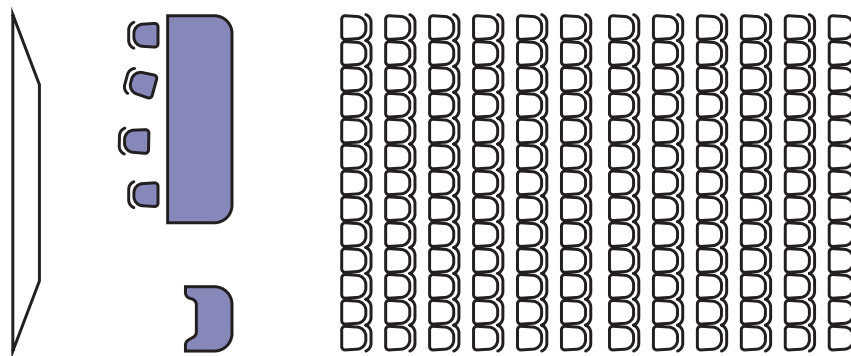
- Профессиональные (наличие определенного практического опыта, занимаемая должность и т.д.)
- Представление интересов одного из сообществ, методологического подхода
- Наличие публикаций (в случае научной конференции)
- Возрастные требования к участникам

7. Ожидаемый результат

Консолидированная позиция представителей разных сообществ по конкретному перечню вопросов в профессиональной или общественной сфере.

Оформление консолидированной позиции в резолюцию конференции и ее распространение среди стейкхолдеров.

8. Типовая схема рассадки участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Ясное и четкое формулирование проблем и вопросов конференции
- 2 Квалифицированный отбор участников экспертами
- 3 Участие разных позиций спикеров, обеспечивающих разные методологические подходы
- 4 Наличие дискуссионтов
- 5 Оформление итогов конференции, резолюции и их продвижение

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Высокая – 799 мероприятий прошли в формате конференция



Организаторы

Бизнес	33%
Университеты	21%
Экосистема НТИ	13%
НКО	14%
Другое	19%

(включая Институты развития, Региональные органы власти и Органы местного самоуправления)

Среднее количество участников

60 человек

60

Средняя продолжительность

4,5 часа

4,5
часа

Среднее значение индекса планирования

0,76 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 76% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,76

Минимально необходимое число специализаций участников

От 8 до 32 специализаций

8–32

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	218
Закрытые мероприятия	54
Открытые мероприятия	471
Расширенная регистрация	36

Примеры в России



Startup Village (г. Москва)

Ежегодная международная стартап-конференция для технологических предпринимателей. На Startup Village стартапы встречаются с инвесторами, перенимают опыт и знания успешных предпринимателей из разных стран, презентуют свои проекты на конкурсе и на инновационном базаре, а крупные технологические корпорации, представители власти и институтов развития обсуждают технологические тренды и способы формирования нового поколения российских предпринимателей.



Черноморские нефтегазовые конференции

Ежегодно собираются признанные эксперты отрасли с целью анализа итогов работы за прошедший период, обсуждения текущих и новых проектов, ознакомления с последними достижениями и внедряемыми инновационными решениями.



FailConf (г. Екатеринбург)

Конференция, на которой предприниматели рассказывают про ошибки, делятся опытом провалов и выводами, которые они сделали.

Примеры в сети



100 шагов к благоприятному инвестиционному климату (г. Москва)

Ежегодная конференция Агентства стратегических инициатив и Информационного агентства России ТАСС, посвященная вопросу развития делового климата в России.



Analytics in Motion (г. Томск)

Конференция, целью которой является создание в Сибири дискуссионной площадки для обмена опытом в области анализа данных и разработки программного обеспечения.



СЕМИНАР/ТРЕНИНГ
/ TRAINING SEMINAR

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Семинар/Тренинг – локальная коммуникация, организованное управляемое активное действие, обеспечивающее устойчивость выбранных к развитию индивидуальных или групповых навыков.

Обычно включают одного или нескольких экспертов по предмету, что повышает продуктивность деятельностных практик.

2. Назначение формата

Основное назначение – приобретение участниками новых навыков путем упражнений во время мероприятия под руководством эксперта/тренера.

Для участников должны быть подготовлены следующие продукты:

- достаточное количество информационных, методических материалов, материалов первоисточников, имеющих отношение к обсуждаемой теме
- карточки с описанием методики выполнения упражнений

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Навык структурирования собственных мыслей
- Обсуждение сложных тем/текстов
- Умение отстаивать собственные позиции
- Анализировать мнения других
- Навыки, полученные в упражнениях

4. Обязательный набор позиций

- Эксперт/тренер (носитель теоретических и практических знаний в узкой предметной области, носитель методики)
- Участник (носитель практических знаний и навыков в широкой предметной области)
- Координатор (организует коммуникацию в ходе групповой работы)

5. Типы мероприятий данного формата

- Информационный (проводят для ознакомления участников семинара с новой информацией (продуктом, действием и др.)
- Образовательный, как правило, учит приобретению новых навыков, совершенствует умения и навыки работы с дополнительными источниками информации, систематизировать полученную информацию и высказывать свою точку зрения по вопросу
- Проектно-аналитический (предполагает коллективную работу, направленную на анализ существующих проблем, выработку новых идей и проектов)

6. Требования к участникам

- Эксперт/тренер (опыт работы в заданной предметной области и компетенции, признанные профессиональным сообществом)
- Участники (специалисты в заданной предметной области и смежных областях)

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Представление и раскрытие экспертной/ профессиональной позиции на одну тему/вопрос

Индивидуальный

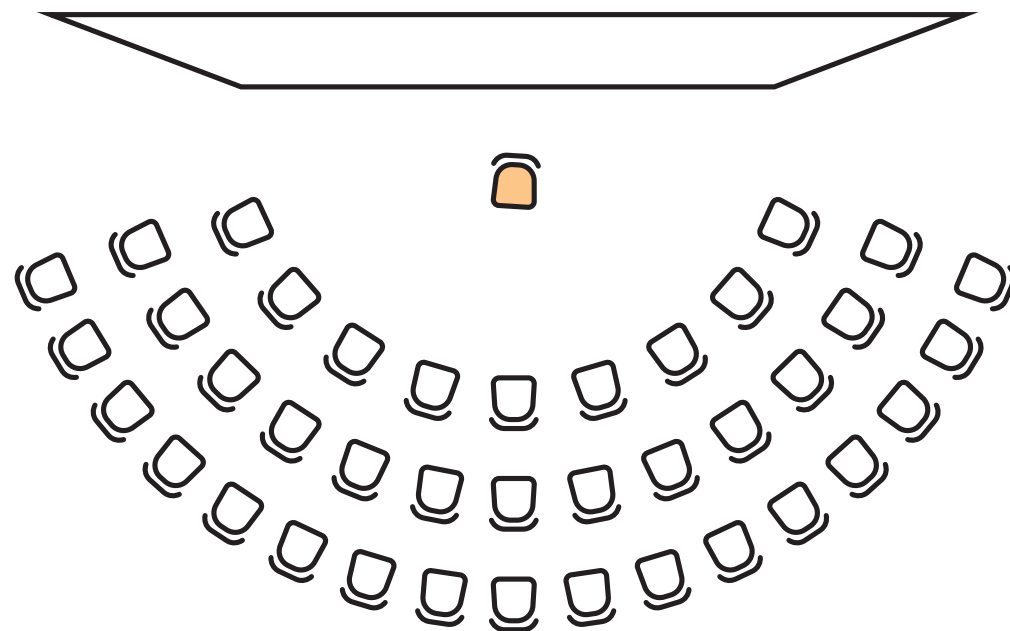
- Способствуют активизации познавательной деятельности, формированию самостоятельности суждений, умению отстаивать собственные мысли, аргументировать их

Коллективный

- Освоение навыка, рост уровня понимания участников в конкретной предметной области

8. Типовая схема рассадки участников

Рассадка по типу театра: ряды стульев с пюпитрами или без них обращены к сцене или экрану



Примеры в мире



Примеры в России



Примеры в сети



Семинар по вопросу участия в федеральных конкурсах грантовой поддержки в сфере культуры (г. Великий Новгород)



Внедрение 5G: от проекта до практической реализации (г. Томск)

5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Качественная подготовка программы и вопросов семинара/ тренинга
- 2 Целевая аудитория участников должна быть определена до его организации
- 3 Четкий регламент мероприятия, в том числе позволяющий проводить индивидуальную фиксацию участниками содержания, возможность высказывания каждого участника
- 4 Отсылки на более широкие источники данных рассматриваемой темы/вопросов (профильные ссылки на сайты, материалы)
- 5 Наличие инструмента измерения результативности семинара/тренинга (анкеты обратной связи, опросники, тестовые задания, наблюдение за деятельностью, за динамикой работы участников, супервизия)

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Очень высокая – 5651 мероприятие прошло в формате семинар/тренинг



Организаторы

Бизнес	39%
Университеты	17%
Экосистема НТИ	11%
НКО	18%
Другое (включая Региональные органы власти, Институты развития, Школы/Детские сады и т.д.)	15%

Среднее количество участников

30 человек

30

Средняя продолжительность

3 часа

3
часа

Среднее значение индекса планирования

0,86 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 86% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,86

Минимально необходимое число специализаций участников

От 6 до 20 специализаций

6-20

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	1712
Закрытые мероприятия	797
Открытые мероприятия	2934
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	135

XAKATOH/ HACKATHON



ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Хакатон – марафон разработчиков, во время которого специалисты из разных областей разработки программного обеспечения (программисты, дизайнеры, менеджеры) сообща работают над решением конкретной задачи.

Каждый хакатон сфокусирован на определенной области, например, языке программирования, операционной системе, приложении, программном интерфейсе.

2. Назначение формата

- Формат направлен на создание новых цифровых решений – сервисов, услуг и продуктов. Хакатоны направлены не на решение бизнес-кейса, а на разработку продукта на базе цифровых технологий и предполагают программирование, разработку концепции решения, создание прототипа.
- Хакатон дает возможность максимально погрузиться в решение конкретной задачи: не привлекая дополнительных ресурсов, быстро создать прототип продукта, техническое задание на его разработку и получить отзывы экспертов.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Навык работы в команде
- Навык создания прототипа
- Навык презентации решений
- Специализированные профессиональные навыки в зависимости от сложности задачи

4. Обязательный набор позиций

- Ведущий
- Эксперты в предметных областях, релевантных поставленной задаче
- Команды, включающие все необходимые специализации для разработки прототипа продукта
- Разработчик контента (заданий)
- Менеджер по набору участников с учетом профиля компетенций (в том числе менеджер социальных сетей)

5. Типы мероприятий данного формата

- Корпоративные хакатоны для сотрудников конкретной компании
- Мейкертон/хардтон направлен на создание не только решения на базе кода, но и материальных прототипов с конкретной элементной базой
- Образовательный хакатон направлен на проверку в практическом режиме знаний, полученных в рамках образовательного курса
- Благотворительный хакатон направлен на развитие благотворительности и решение общественных проблем через разработку ИТ-продукта, поддерживающего деятельность благотворительных и некоммерческих организаций

6. Требования к участникам

Обладание навыками в сфере информационных технологий, дизайна, управления проектами. Каждая команда может включать следующий список участников (возможно варьирование/добавление других специализаций в зависимости от тематической направленности и сложности задачи):

- разработчик
- тестировщик
- дизайнер
- инженер по анализу данных

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Разработаны технические задания/прототипы на базе цифровых технологий/продукты/технологии для решения конкретных задач
- Создание повода/площадки для совместной работы разных команд, коммуникации между заказчиками, компаниями и участниками
- PR, поляризация задачи, организации, новых продуктов, бренда среди целевой аудитории

Индивидуальный

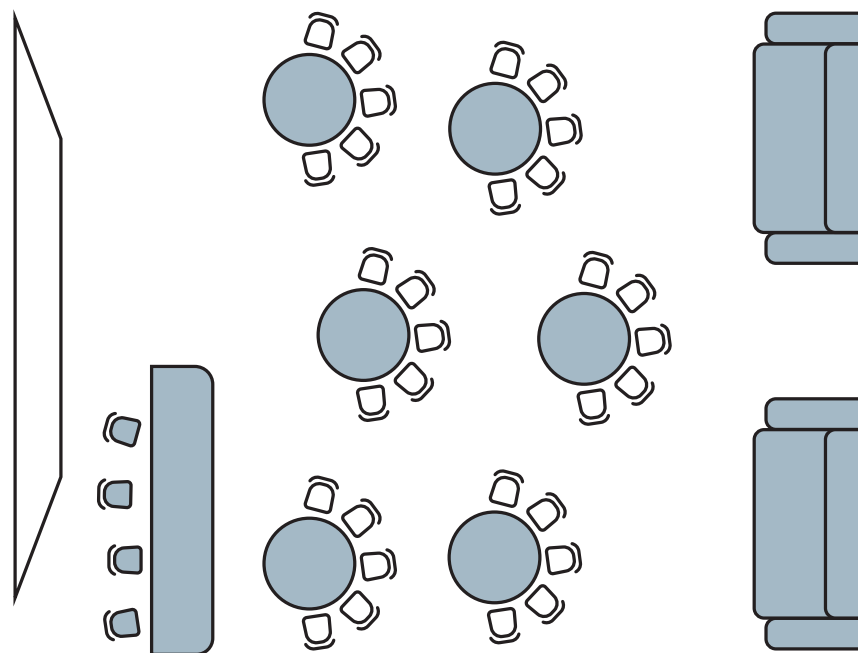
- Вхождение в сообщество, обмен контактами
- Отработка профессиональных навыков в решении конкретной задачи
- Трудоустройство, закрытие вакансии, получение приглашения на стажировку

Коллективный

- Разработаны продукты/технологии для решения конкретных задач

8. Типовая схема рассадки участников

Open space. Круглые столы, за которыми сидят все участники команды. Каждая команда сидит за отдельным столом. Обязательно наличие пуфиков, диванов, мест отдыха, лежаков, гамаков и других вещей для разных режимов работы в круглосуточном формате.



Примеры в мире



Примеры в России



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Качественно подготовленные описания задач: хакатон ориентирован на решение прикладных задач, результаты впоследствии должны быть использованы
- 2 Принципиально командная работа, а не «индивидуальный зачет» – выигрывает и проигрывает команда
- 3 Обязательное наличие в результате хакатона прототипа продукта (идея, «реализованная в коде»)
- 4 Наличие экспертов, которые помогают командам создать более качественное и удачное решение
- 5 Обеспечение возможности круглосуточной работы

КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Олег Мансуров

Основатель и глава
компании «АкТум»

“ Хакатон – это хакерский марафон. Формат обеспечивает создание решений, которые в обычном режиме работы будут создаваться несколько месяцев. Хакатон без кода – это уже не хакатон, а нарушение формата. Важно обеспечить круглосуточный режим, который позволяет сфокусировать внимание людей только на решении задачи, освободиться от бытовых вопросов. Организаторы создают «плотную» среду, в которой участники достигают нужной концентрации мышления на решении конкретной задачи и могут за короткий промежуток времени существенно продвинуться, предложить нестандартные варианты решений. ”

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Низкая – 54 мероприятия прошло в формате хакатон



Организаторы

Бизнес	7%
Университеты	25%
Экосистема НТИ	51%
НКО	5%
Институты развития	2%
Инновационная инфраструктура	6%
Региональные органы власти	2%
Детские сады / школы	2%

Среднее количество участников

31 человек

31

Средняя продолжительность

8 часов

8
часов

Среднее значение индекса планирования

0,52 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 52% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,52

Минимально необходимое число специализаций участников

От 3 до 21 специализаций

3-21

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	12
Закрытые мероприятия	21
Открытые мероприятия	17
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	3

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)



Сайты про формат





АКСЕЛЕРАЦИОННАЯ ПРОГРАММА
/ ACCELERATION PROGRAM

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Акселерационная программа – это практический формат, который:

- обеспечивает получение новых знаний и их применение
- включает образовательные элементы и менторинг
- позволяет за короткий промежуток времени вывести команду/проект на «следующий» уровень

В акселерационной программе участники обязательно работают над проектом по тематике акселератора. Без этого акселератор становится обычным курсом.

2. Назначение формата

Акселерационная программа используется для решения следующих задач:

- поиск кадров
- решение задач компании (поиск стартапов, которые будут партнерами компании, будут поглощены или их командам будет предложено перейти в компанию на новый проект)
- поиск стартапов для инвестиций
- поиск новых технологических решений для известной задачи
- развитие сферы стартапов в целом, в определенном секторе экономики или регионе (характерно для инфраструктурных акселерационных программ)

Акселерационная программа дает максимальный эффект при «ручном» сопровождении команды проекта. Продолжительность акселерационной программы в зависимости от специфики задач и сферы, цели организатора составляет от двух недель до нескольких месяцев.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

Профессиональные навыки, необходимые для реализации проекта по тематике акселерационной программы

4. Обязательный набор позиций

- **Руководитель акселератора** (определяет идеологию акселератора)
- **Менеджер по работе с участниками** (организует работу с участниками на этапе отбора и проведения акселератора)
- **Маркетолог** (привлекает участников в акселератор, продвигает акселерационную программу, в том числе используя мероприятия разного формата, например, митап)
- **Эксперты образовательной части** акселератора (ведущие мастер-классов, тренингов, лекций и т.д.) в конкретной предметной области, а также специалисты по исследованию рынков
- **Трекеры** (как правило, специалисты, имеющие опыт работы со многими стартапами и знающие типовые ошибки, работают с участниками – корректируют разработку идеи, проекта, продукта, следят за соблюдением методологии акселератора)
- **Менторы** (носители уникального успешного опыта в конкретной предметной области, релевантного разрабатываемому проекту и продукту, работают с командами)
- В зависимости от бизнес-модели акселератора, продолжительности и сложности задач, могут быть введены позиции «Руководитель трекеров» и «Руководитель менторов»

5. Типы мероприятий данного формата

- Акселераторы, ориентированные на проявление стартапов для последующих инвестиций
- Корпоративные акселераторы, ориентированные на поиск людей, создание новых продуктов и реализацию нового типа карьеры в компании
- Акселераторы под решение задачи конкретного заказчика
- Акселераторы, ориентированные на насыщение стартапами и новыми проектами конкретного сектора экономики, технологического направления или региона

6. Требования к участникам

Соответствие профилю компетенций и тематике акселератора, наличие идеи для проекта и, возможно, команды

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Репутация акселератора
- Проверка экспертов и трекеров
- Оценка эффективности акселератора

Индивидуальный

- Получение новых знаний, их применение в создании нового продукта/сервиса
- Включенность в команду

Коллективный

- Выход команды на рынок, на первые продажи, получение обратной связи по продукту

8. Типовая схема рассадки участников

Площадка должна быть подготовлена для конференционной и тренинговой частей, индивидуальной и командной работы. Обязательно наличие пуфиков, диванов, мест отдыха, лежаков, гамаков и других вещей для разных режимов работы в круглосуточном формате.

Примеры в мире



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1** Бизнес-модель акселератора, которая зависит от типа организатора:
- «продвинутые» бизнес-инкубаторы запускают акселерационные программы, чтобы заработать на стартапах (модель Y Combinator, ФРИИ)
 - подразделение крупной компании запускают акселерационные программы, чтобы развивать свой бизнес, создавать стартапы, искать технологии
 - аутсорсинговая компания, которая проектирует и реализует акселерационную программу под заказчиков из разных сфер деятельности и секторов экономики

2 Команда акселератора – организаторы, которые непосредственно организуют все процессы, ведут поиск экспертов, привлекают целевую аудиторию, выстраивают программу. Команда может быть создана как внутри крупной компании, университета, так и в формате отдельной компании, которая «делает бизнес» на акселерационных программах

3 Качественная программа акселератора с привлечением ведущих экспертов и специалистов, которые непосредственно ведут тренинги, консалтинговые сессии, мастер-классы, нетворкинг, осуществляют менторинг, трекерство

4 Качественный отбор целевой аудитории с учетом специфики задачи акселератора

5 Наличие методологии, которая позволяет решить задачу, например, «CusDev» (проверка существующих бизнес-гипотез), «Lean Startup», которая позволяет работать с клиентами и уменьшить риск ситуации, при которой продукт не востребован, а также «Design research» (проверка предположений, сбор данных, «находок», которые оформляются в бизнес-гипотезы; методика предполагает смену гипотезы в ходе исследования). Вторая методика – «постоянный питчинг» руководителям крупных компаний

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Средняя – 262 мероприятия прошли в формате Акселерационная программа



Организаторы

Бизнес	30%
Университеты	17%
Экосистема НТИ	16%
НКО	12%
Институты развития	9%

Среднее количество участников

28 человек

28

Средняя продолжительность

5 часов

5
часов

Среднее значение индекса планирования

0,77 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 77% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,77

Минимально необходимое число специализаций участников

От 8 до 23 специализаций

8-23

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	100
Закрытые мероприятия	25
Открытые мероприятия	68
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	14

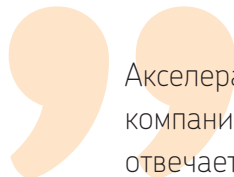
КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Антон Титков

Управляющий партнер TeamLab,
основатель платформы SciOffice



Акселерационная программа – важнейший формат работы в цикле создания нового продукта/ компании. Он позволяет проверить гипотезы, вывести команду на новый уровень и хорошо отвечает запросам заказчиков разного типа. Акселерационная программа опирается на ряд методологий, которые относятся к молодой дисциплине «Управление стартапами», развивающейся на протяжении последних 20 лет. Для успешной акселерационной программы важна связка:

«Понимание цели и задач» – «Что хочет получить заказчик» – «Требования к аудитории» – «Сценарий проведения».



Максим Гашков

руководитель акселератора
«Гараж МТС»

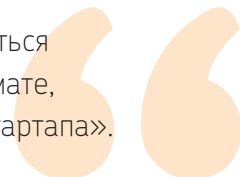
«Гараж МТС» – это акселератор для внутренних стартапов компании, ориентированных на создание цифровой экосистемы.

Точки кипения могут усилить корпоративные акселераторы за счет трех сервисов.

Первый – это предоставление возможности привлечения внешней экспертизы для «внутренних» команд компании, в том числе, через организацию сотрудниками открытых мероприятий в Точках кипения.

Второй – это вовлечение в корпоративные команды стартапов «внешних» специалистов на любую из трех ролей – ответственный за продукт, за продажи и за разработку. Например, в режиме привлечения студентов на стажерские позиции или профессионала на временную позицию.

Третий – это участие сотрудников компании в митапах, хакатонах, где они могут погрузиться в среду «продактов», «разработчиков», «дизайнеров», познакомиться в «учебном» формате, обсудить проект и, в случае совпадения по интересам и ценностям, вовлечь в команду стартапа.

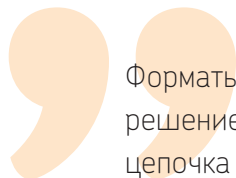


КАЖДЫЙ ФОРМАТ ОГРАНИЧЕН ПО ВОЗМОЖНОСТИ РАБОТЫ С КОЛИЧЕСТВОМ ВОПРОСОВ/ТЕМ И ИХ РАЗНОРОДНОСТЬЮ



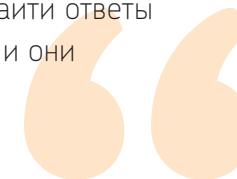
Марина Курдова

основатель и управляющий
партнер Школы фасилитации,
профессиональный фасилитатор
и тренер



Форматы не живут отдельно от задач. Каждый формат подбирается под решение конкретной задачи. Если задача сложная, то, как правило, строится цепочка из разных форматов.


Второй нюанс состоит в том, что форматы делятся по количеству рассматриваемых вопросов и их разнородности. Например, формат «мозгового штурма» – для решения одного проблемного вопроса. Если нужно найти ответы на 3-4 вопроса, то нужен формат «WorldCafe». Если вопросов много и они «разновесные», то нужен другой формат – «OpenSpace».





3.2

Зарождающиеся
авторские форматы
в сети «Точек кипения»



В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ:

ЧЕСТНЫЙ ЧЕТВЕРГ В «ТОЧКЕ»

(«Точка кипения - Рязань»)85

АКАДЕМИЧЕСКИЙ ДЕНЬ

(«Точка кипения - Белгород», «Точка кипения - Обнинск»,
«Точка кипения - Екатеринбург»)88

ИТ-ДИКТАНТ

(«Точка кипения - Тюмень»)93

КЛУБНЫЕ ВСТРЕЧИ

(«Точка кипения - Иркутск»)98

Дополнить Атлас авторскими форматами могут «ядерные» группы Точек кипения, описав формат и методику его проведения.



ЧЕСТНЫЙ ЧЕТВЕРГ В «ТОЧКЕ»

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Честный четверг в «Точке» – формат открытого диалога/отчета представителей региональных и городских органов власти перед жителями региона.

Формат инициирован губернатором Рязанской области и программной дирекцией «Точки кипения – Рязань».

2. Назначение формата

Жители региона задают вопросы ключевым участникам встречи – представителям региональных и городских органов власти лично в ходе мероприятия или посредством социальных сетей.

Формат направлен на:

- вовлечение в диалог с властью жителей и городских сообществ
- укрепление диалога власти и общества
- обозначение ключевых проблем развития региона
- поиск/предложение вариантов решения проблем
- привлечение лидеров изменений, готовых принимать активное участие в развитии города/региона и разделять ответственность за происходящие изменения

Для реализации формата необходимо предоставить участникам схемы и карты города, района, копии решений и постановлений, иных документов по обсуждаемой тематике.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Навык формулирования и задавания вопросов
- Социальные навыки, навыки совместного поиска решений, активного слушания
- Умение представить собственную позицию и точку зрения, а также позицию и точку зрения городского сообщества
- Аналитическое мышление
- Критическое мышление
- Профессиональные навыки

4. Обязательный набор позиций

- Представители региональных и городских органов власти
- Активные жители региона / представители местных городских сообществ

5. Типы мероприятий данного формата

Самостоятельное мероприятие

6. Требования к участникам

- Информированность в обсуждаемых вопросах
- Принадлежность к городскому сообществу
- Проявление заинтересованности к обсуждаемой теме/проблеме



7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Формирование пула инициатив для решения существующих проблем
- Выявление лидеров изменений, готовых принимать активное участие в развитии города/региона и разделять ответственность за происходящие изменения. Включение их в совместную работу

Индивидуальный

- Вхождение в состав рабочей/проектной/инициативной группы по реализации городских инициатив
- Внесение предложений/инициатив для решения существующих проблем
- Получение ответов на интересующие вопросы, повышение информированности о текущей ситуации в регионе/городе

Коллективный

- Формирование рабочей/проектной/инициативной группы по реализации городских инициатив

Примеры в сети



8. Типовая схема рассадки участников

На усмотрение организаторов

3 ФАКТОРА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Определение тематического плана серии мероприятий в данном формате
- 2 Работа с местными городскими сообществами, инициативными группами с целью выстраивания конструктивного диалога с органами власти для поиска и решения ключевых городских проблем
- 3 Неформальная обстановка



АКАДЕМИЧЕСКИЙ ДЕНЬ

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Академический день – однодневное событие для подростков 10–17 лет, развивающее навык ориентирования в потоке разноформатных занятий, а главное – навык выбора того, что действительно интересно и нужно учащемуся.

Разделение академического дня на 2 блока:
с 10.00 до 13.00 – для детей от 10 до 13 лет,
с 14.00 до 17.00 – для подростков от 14 до 17 лет.

Подростки проводят время с интересными «преподавателями» из различных сфер: общаются, занимаются, пробуют себя в новых сферах, «прокачивают» навыки XXI века.

2. Назначение формата

Данный формат позволяет:

- Попробовать занятия, которых не хватает в обычной жизни и учебе
- Увидеть интересных и деятельных взрослых, специалистов и профессионалов, и может быть, понять, каким человеком хочется вырасти
- Научиться говорить о своем образовании и формулировать свой запрос на него

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

Навыки XXI века (критическое мышление, креативность, командная работа, коммуникации), современная грамотность (информационная грамотность, медиаграмотность, технологическая грамотность), жизненные навыки (гибкость ума, инициативность, социальные навыки, продуктивность, лидерские качества).

4. Обязательный набор позиций

- Модератор в каждом зале
- Спикеры по ключевым навыкам 21 века
- Медислужба (фото- и видеосопровождение)
- Волонтеры, которые разводят потоки детей и помогают им на площадке

5. Типы мероприятий данного формата

- Интерактивные игры
- Уроки робоквантум, геоквантум, наноквантум
- Деловые игры
- Мастер-классы
- Проектные интенсивы

6. Требования к участникам

Подростки 10–17 лет

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Вовлечение новых посетителей и пользователей платформы Leader-ID

Индивидуальный

- Каждый подросток узнал о навыках и компетенциях XXI века, которые помогут в выборе будущей профессии

Коллективный

- Вовлеченность детей в развитие ключевых современных навыков и формирование повестки ключевых направлений среди подростков

8. Типовая схема рассадки участников

Открытое пространство

5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Интересные спикеры
- 2 Целевое вовлечение участников
- 3 Качественный PR в социальных сетях
- 4 Структура мероприятия с разводом потоков
- 5 Четкое распределение ролей в команде организаторов

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)



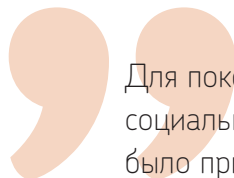
КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Марина Третьякова

руководитель частной
альтернативной школы «Пряник»



Для поколения наших родителей, бабушек было нечто невероятно – социальные сети, телефоны, даже самолеты когда-то. Так вот это все было придумано мечтателями. Мы детям сегодня показали: мечтайте, и ваши мечты обязательно сбудутся, но нужно прилагать некоторые усилия.



Константин Тетерин

лидер проекта «Точка кипения
Белгород»

Все наши спикеры – из университетов: БУКЭП, культура, «Технолог», БГУ и так далее, высшая школа управления, которая при БГУ работает. Так что все наши, наши местные, но собираем их здесь в новом формате, под новым флагом, в новой атмосфере.



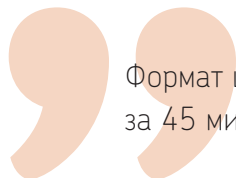
КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Георгий Половнёв

Педагог дополнительного
образования
Детский технопарк «Кванториум»
(Белгород)



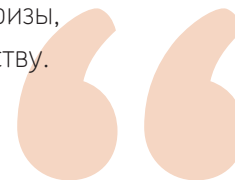
Формат школьных занятий, но не стандартных, помогает за 45 минут достаточно много информации получить и сделать.



Ирина Еременко

программный директор
«Точки кипения Белгород»

При проведении академического дня в игровой форме собирали «Карту компетенций» - наклейки активным участникам каждой секции. У кого было больше собрано – в конце дня вручали призы, мотивировали ребят к активности и дальнейшему сотрудничеству.



```
s=0
for k in range(3,11):
    s=s+k
print(s) ?
```

```
·3
·11
·52
·33
```

ИТ-ДИКТАНТ

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Диктант по информационным технологиям — ИТ-диктант: Всероссийская образовательная акция.

2. Назначение формата

Формат позволяет получить информацию об уровне цифровой грамотности населения

региона для формирования рекомендаций по совершенствованию образовательных программ для населения по освоению цифровых компетенций;

Используется в сфере образования и подготовки кадров для цифровой экономики.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

Критическое и аналитическое мышление, навык взвешенного принятия решения на основе обладаемой информации, IT-компетенции.

4. Обязательный набор позиций

- **Координатор мероприятия,** обеспечивает работу сайта мероприятия, регистрирует родительское мероприятие на платформе Leader-ID, оказывает консультационную поддержку, регистрирует очные площадки, рассылает организаторам шаблоны для свода результатов, актуализирует и доводит брендбук

мероприятия, собирает результаты от организаторов, сводит результаты с площадок и с сайта по всей России, оперативно направляет организаторам сводные данные (включая данные с сайта) по их региону, рассылает итоговый релиз с данными

- **Организатор очной площадки,** встречает участников, выдает им раздаточный материал, сводит статистику по результатам на площадке и направляет координатору
- **Диктор,** выступает в роли ведущего мероприятия, а также зачитывает вопросы аудитории
- **Фотограф,** делает снимки аудитории, при необходимости помогает ведущему
- **Волонтеры,** помогают организатору в сборе анкет и бланков ответов, в регистрации участников, а также в подготовке и выдаче сертификатов (привлечение необходимо, если предполагаемое количество участников более 30)
- Желаемая позиция: Представитель регионального органа власти, отвечающего за реализацию нацпроекта «Кадры для цифровой экономики»

5. Типы мероприятий данного формата

- **очный ИТ-диктант**, где вопросы участникам зачитывает ведущий, участники заполняют бланк с вопросами и ответами, сбор ответов происходит в привычном нам бумажном виде и заносится вручную в электронную таблицу по единой форме
- **онлайн-ИТ-диктант** - участник проходит тестирование самостоятельно на сайте ИТ-диктант.рф, регистрируя ФИ для электронного сертификата и регион

6. Требования к участникам

Принять участие в акции может любой гражданин Российской Федерации, желающий оценить свой уровень цифровой грамотности. Тестовые задания диктанта имеют разный уровень сложности. Для участия в акции нет необходимости обладать высоким уровнем знаний в области информационных технологий: вопросы ИТ-диктанта от основ работы с компьютерной техникой и навыков использования Интернет-ресурсов до познаний в таких темах, как блокчейн и интернет вещей. Для участников школьного возраста (рекомендуемая категория: школьники 8-11 классы) есть отдельный перечень вопросов ИТ-диктанта.

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

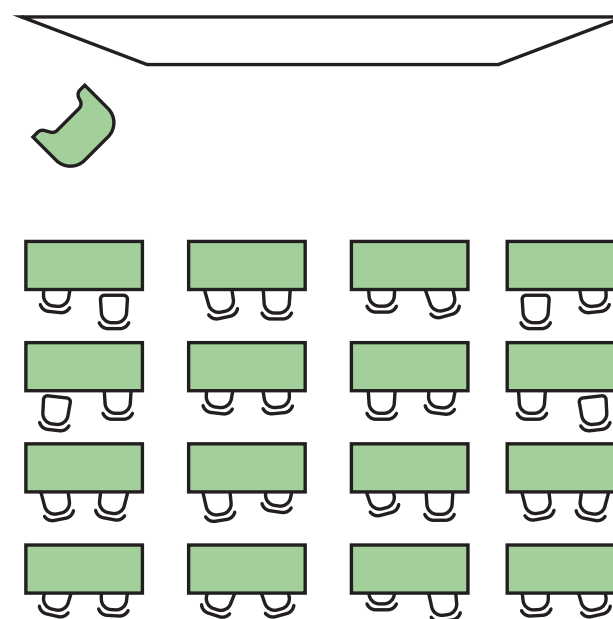
- Привлечение внимания СМИ и общественности к мероприятиям, проводимым в рамках реализации национальной программы «Цифровая экономика»

- Получение качественных и количественных показателей уровня цифровой грамотности населения России и корректировка на их основе образовательных программ для населения региона
- Тиражирование инструмента замера уровня знаний населения для регионов

Индивидуальный и Коллективный

- Получение независимой оценки своих знаний в области цифровых компетенций
- Восполнение пробелов в знаниях (так как можно увидеть и запомнить правильные ответы)
- Получение информации по дальнейшей индивидуальной траектории развития в области ИТ-образованности

8. Типовая схема рассадки участников



Организаторы

Точка кипения;

В нескольких регионах: региональный орган исполнительной власти, отвечающий за реализацию нацпроекта «Кадры для цифровой экономики».

Среднее количество участников

15-200

Очная площадка: 15-200 человек
(В 2019 году 48 тысяч участников по всей стране, из них на очных площадках – более 3 тысяч человек)

Средняя продолжительность

40 минут на очной площадке;

24 часа на онлайн-площадке

(для пользователя ограничение по времени – не более 1 часа).

40
минут

24
часа

5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Команда организаторов
- 2 Поддержка региональных органов исполнительной власти, административный ресурс
- 3 Оборудованная площадка, вместимостью до 100 человек
- 4 Информационное продвижение
- 5 Компетентный и харизматичный диктор

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)



Примеры в России



Digital-диктант впервые был проведен с 18 по 24 мая 2019 года посредством сайта: <https://цифровойдиктант.рф> без очных площадок

Примеры в сети:



Всероссийский ИТ-диктант

КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Мария Рудзевич

директор Департамента
информатизации Тюменской
области



ИТ-диктант стал для нас инструментом совершенствования образовательных курсов с учетом новых задач, а для жителей – возможностью соотнести свои цифровые знания с уровнем современных требований к ним. Приятно, что нашу инициативу проведения акции поддержали другие регионы, мы всегда готовы делиться успешными практиками



Дмитрий Песков

Специальный представитель
Президента Российской Федерации
по вопросам цифрового
и технологического развития

Тюменская «Точка кипения» одержала победу в номинации «Масштаб» за проведение Всероссийской акции «ИТ-диктант», в которой приняло участие более 48 тысяч человек по всей стране





КЛУБНЫЕ ВСТРЕЧИ

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Клубные встречи – это встречи людей, объединенных одной темой (например, желанием овладеть каким-то навыком), где нет учителей и учеников, и обмен опытом и знанием происходит в формате «peer-to-peer»

2. Назначение формата

- изучать (совершенствовать) какой-то навык в кругу единомышленников
- отработка практического навыка, встречи участников профессиональных сообществ по определенной проблематике

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Отработка практических навыков
- Навык оценки и поддержания групповой динамики

4. Обязательный набор позиций

- **Ведущий**
удерживает тему, цель, резюмирует результаты
- **Организатор**
приглашения, рассылки, общее хранение информации

5. Типы мероприятий этого формата

- Клубные встречи «Графические методы мышления» в ТК Иркутск
- Клубные встречи профессиональных коучей в ТК Иркутск

6. Требования к участникам

Участников должна объединять сфера деятельности или желание развить какой-либо конкретный навык

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Совместное развитие, научение, получение опыта работы с группой

Индивидуальный

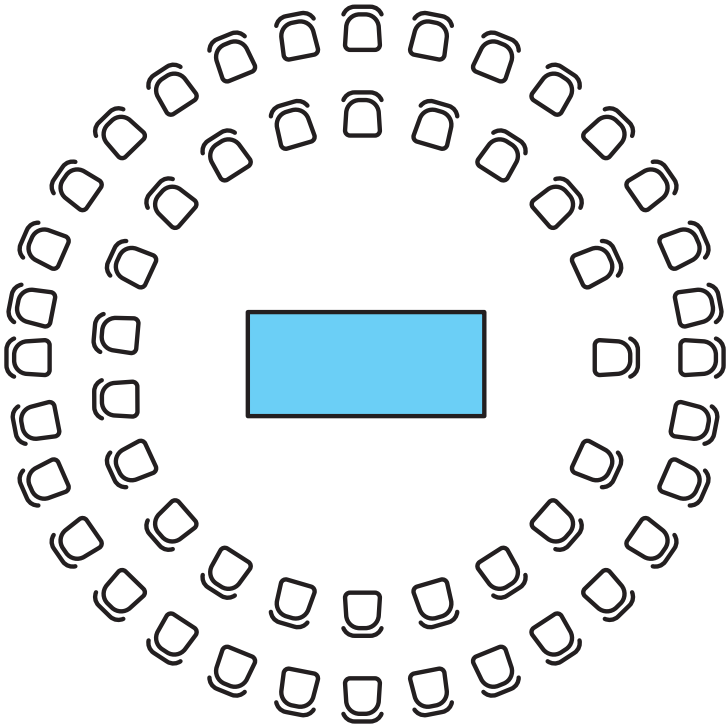
- Прокачка навыка

Коллективный

- Создание сообщества единомышленников, групповая динамика

8. Типовая схема рассадки участников

Стулья «по кругу», общий стол,
любая удобная для участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Инициаторы уже погружены в тему
- 2 Есть понимание целевого видения формата
- 3 На встречах нет «лишних» людей, которые пришли «посмотреть, послушать»
- 4 Есть технология быстрого погружения новичков в тему
- 5 Все участники понимают свою ответственность за скорость движения группы

Примеры в сети:



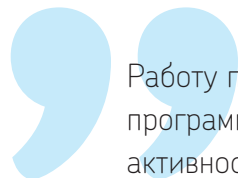
КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Кошурникова Юлия

программный директор
«Точки кипения – Иркутск»

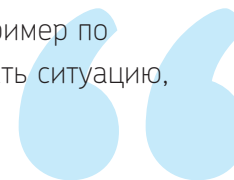


Работу программной команды Точки кипения необходимо ориентировать на длинные программные тематические направления, в развитии которых могут быть рост и спад активностей участников, как по числу мероприятий, так и по разнообразию форматов.

Пользователей «Точки кипения – Иркутск» в наибольшей степени привлекают интерактивные форматы, которые позволяют узнать других участников, обменяться контактами, совместно создать результат в рамках мероприятия. С организаторами обсуждаем сценарий проведения мероприятий и вводим интерактивность.

Для привлечения пользователей к интерактивным мероприятиям создаются видеоролики с организаторами, продвигаются записи трансляций мероприятий, создаются промо-ролики про секторы экономики и отрасли, предпринимателей.

Авторский формат в «Точке кипения – Иркутск» – клубные встречи, например по бизнес-визуализации, в рамках которых участники учатся визуализировать ситуацию, проблему, задачу, кейс и т.д. Продолжительность сессии – 2 часа.



КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Елена Шляхова

коуч, бизнес-тренер,
предприниматель



Групповая динамика для отработки нового навыка очень полезна.
Ты видишь, что у кого-то получается и больше стараешься сам.



Пересада Елена

бизнес-тренер,
преподаватель
ораторского мастерства

Новый навык сложно «взять» самостоятельно.
И не всегда есть в городе эксперты, кто готов тебя обучить.
Клубный формат – хорошая альтернатива.

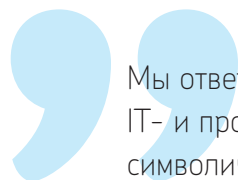


СМЕШЕНИЕ СРЕД БУДЕТ ПОРОЖДАТЬ НОВЫЕ ФОРМАТЫ В СЕТИ



Кирилл Игнатьев

экономист, технологический инвестор, председатель Совета директоров группы компаний «Русские инвестиции», лидер технологической Точки кипения



Мы ответили на запрос части аудитории – приблизить повестку к технологическим, IT- и промышленным решениям. Технологическая Точка кипения Иваново – это символическое соединение формата Точки кипения, арт-среды и практического бизнеса, когда мы заходим внутрь действующих производственных площадок.

Такое пространство дает возможность пользователям почувствовать себя внутри самого современного бизнеса и нести эти ценности на свое рабочее место. Технологическая Точка кипения обращает внимание на важный фактор конкурентоспособности – это скорость передачи решения из науки в практический бизнес и его материализации.

Это «модельная площадка», на которой пользователи могут наблюдать за всем производственным циклом и понять про технологию, увидеть формат цифрового производства – «технологическая ячейка», освоить технологию. Сделать свой материальный продукт. Подготовиться с ВорлдСкиллс и т.д.



3.3

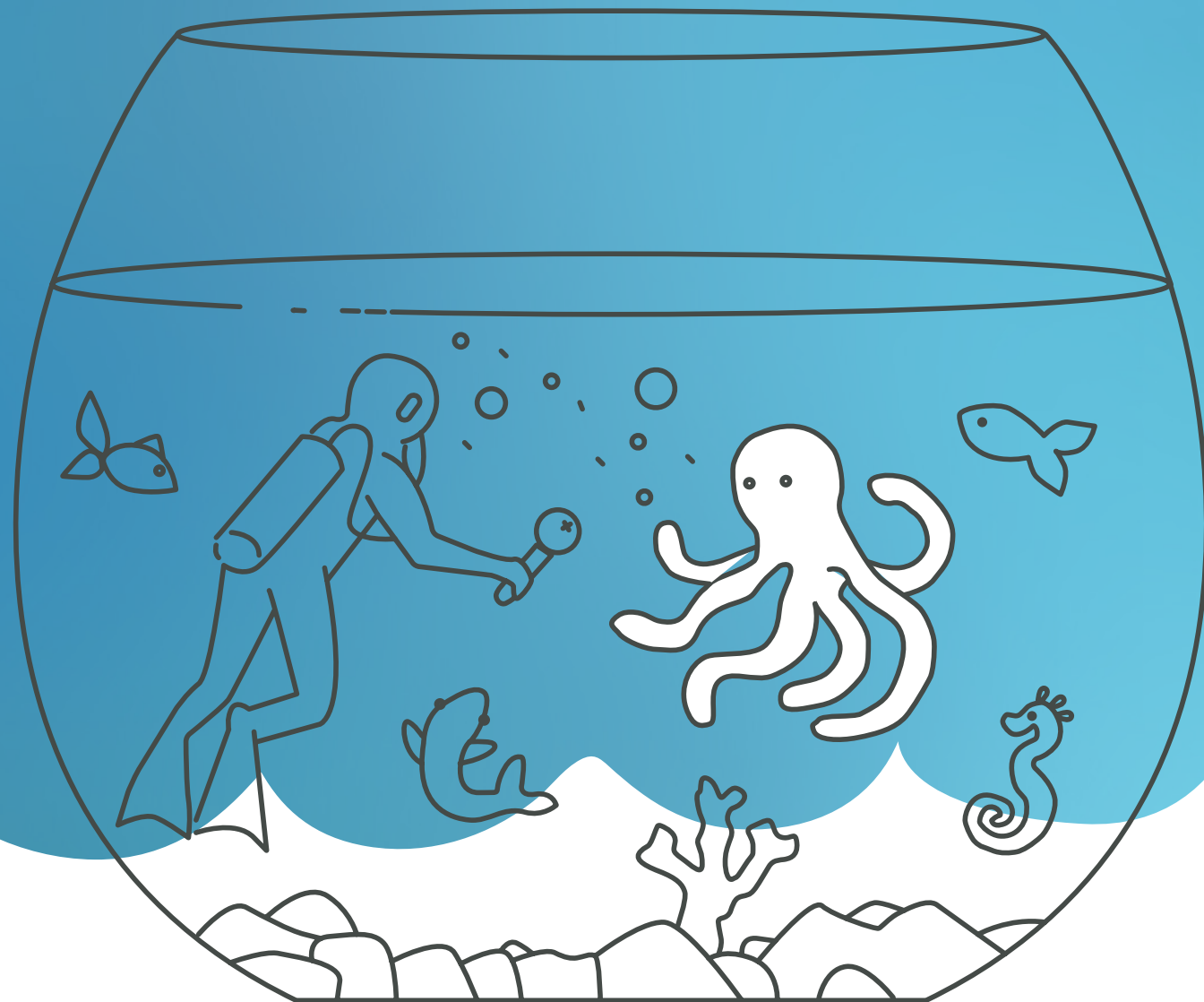
Форматы,
получившие широкое
распространение в
мировой практике



В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ:

АКВАРИУМ / FISHBOWL CONVERSATIONS.....	106
СЕССИЯ У КОСТРА / CAMPFIRE SESSION	111
БЛИЦ-ДОКЛАДЫ / LIGHTNING TALKS	115
VOF-СЕССИЯ / BIRDS OF A FEATHER	119
INNOVATION BOOT CAMP	123
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ХАКАТОН / CHARITY HACKATHON	127
КИК-ОФФ ВСТРЕЧА / KICKOFF MEETING	130
МИРОВОЕ КАФЕ / WORLDCAFÉ.....	134
УЧЕБНАЯ ЛАБОРАТОРИЯ / LEARNING LAB.....	139
AGILE COMMAND TRAINING	143





АКВАРИУМ
/ FISHBOWL CONVERSATIONS

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Аквариум – дискуссионный формат, который позволяет провести небольшие групповые обсуждения в условиях многочисленной аудитории.

2. Назначение формата

Это форма публичной дискуссии, которая создает эффект частного разговора в небольшой группе, при котором участники сами решают, в какой момент им «входить» или «выходить» из дискуссии.

Формат аквариума позволяет:

- вовлечь максимальное количество участников в обсуждение заданной тематики
- найти «спорные» темы за счет вовлечения в обсуждение разных сторон, а также найти их возможные решения
- отработать навыки быстрой презентации и тезисных выступлений

В основном формат используется в образовательной сфере (работе со школьниками/студентами).

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Задавание вопросов
- Фиксация основных тезисов, которые произносятся в ходе дискуссии
- Обсуждение сложных тем/текстов
- Критическое мышление
- Формулирование собственных тезисов
- Быстрая презентация / тезисные выступления
- Социальные навыки

4. Обязательный набор позиций

- Модератор/фасилитатор
- Эксперты (3-6 человек, имеющих разные взгляды на заданную тему)
- Аудитория (оптимально не более 50 человек, возможна адаптация формата под большее количество участников)

5. Типы мероприятий данного формата

Выделяют 3 вида аквариума:

- **«Открытый» с «гостевым креслом».**
Во внутреннем круге стоит пустое кресло, которое может занять любой участник из внешнего круга в любое время и присоединиться к дискуссии. Если «гостевое кресло» уже занято, его должны освободить. Новый участник дискуссии участвует в обсуждении до тех пор, пока не закончит свое выступление или другой участник не захочет занять «гостевое кресло».
- **«Открытый» без «гостевого кресла».**
Любой участник из внешнего круга, желающий принять участие в дискуссии, выходит вперед и касается плеча человека, которого хочет заменить, в тот момент, когда он не говорит.
- **«Закрытый».**
Участники дискуссии ведут обсуждение в течение определенного времени, по истечении которого они покидают аквариум и их место занимает другая группа участников для ведения дискуссии. При этом максимальное количество участников должно «побывать» в аквариуме.

Формат «Аквариум» может быть реализован как самостоятельное мероприятие для обсуждения «узкой» темы, так и в качестве альтернативы традиционным панельным (установочным) дискуссиям на крупных мероприятиях (конференциях, форумах, семинарах и т.д.)

6. Требования к участникам

- Эксперты (наличие компетенций и опыта работы в заданной предметной области, эксперт признан профессиональным сообществом)
- Аудитория / участники дискуссии (специалисты в заданной предметной области и смежных областях)

Примеры в мире



7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Удержание внимания и интереса аудитории за счет динамики дискуссии и максимального вовлечения всех участников
- Представление и раскрытие разных экспертных/ профессиональных позиций по одной теме/вопросу
- Проявление и решение «спорных» тем, поиск и формулирование решений/предложений

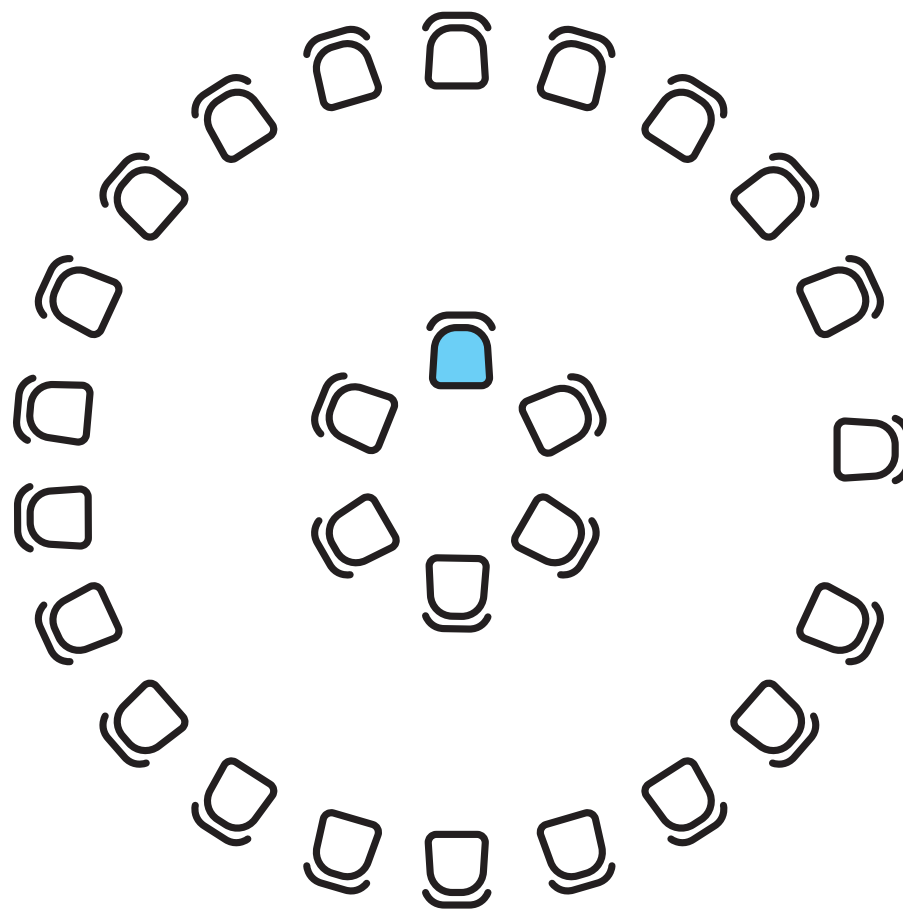
Индивидуальный

- Опыт активного участия в дискуссии
- Практика публичных выступлений
- Внесение предложений в результаты дискуссии (протокол, резолюция и т.д.)
- Углубление знаний в конкретной предметной области

Коллективный

- Групповое взаимодействие
- Решение спорных тем
- Избегание длительных презентаций

8. Типовая схема рассадки участников



ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Соблюдение схемы рассадки участников мероприятия (см. п. 8 «Типовая схема рассадки участников»)
- 2 Соблюдение ключевых правил аквариума, определяющих последовательность смены спикеров («из внешнего круга»):
 - каждый участник может сидеть на пустом стуле во внутреннем круге (аквариуме), пока он не закончит свое выступление или другой участник из внешнего круга не захочет присоединиться
 - член внутреннего круга (аквариума) может уйти, когда захочет
 - во время дискуссии во внутреннем круге (аквариуме) участники, сидящие во внешнем круге, не должны переговариваться и/или вступать в дискуссию без предоставления слова модератором/фасилитатором
- 3 Определение временных границ выступления одного спикера (например, 3 минуты) и дискуссии внутри аквариума (например, 10-15 минут) для последующей смены участников внутреннего круга
- 4 Соблюдение ключевых функций роли модератора/фасилитатора:
 - ввести тему/вопросы для обсуждения
 - обозначить особенности формата дискуссии
 - предоставить возможность участникам вне аквариума задать вопросы после дискуссии участникам аквариума
 - подвести промежуточные и финальные итоги обсуждения
- 5 Определение 3-6 экспертов по заданной тематике, которые могут инициировать разговор в аквариуме в самом начале



СЕССИЯ У КОСТРА
/ CAMPFIRE SESSION

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Сессия у костра – формат группового обсуждения в неформальной обстановке и с ограниченным количеством участников.

2. Назначение формата

Основная цель формата состоит в том, чтобы позволить участникам вести обсуждение «peer-to-peer learning», самим генерировать большую часть содержания и обмениваться знаниями.

Процедура:

Один или несколько участников делают установочные доклады, в которых задают тему и основные идеи для дальнейшего обсуждения. Докладчики готовят раздаточный материал для участников.

После докладов участники начинают обсуждение на заданную тему, которое проводится по следующим правилам:

- вовлечение максимального количества участников
- вопросы задаются ко всем участникам кроме докладчика
- участники рассказывают о своем опыте относительно заданной темы

Примеры в мире



Формат «Сессия у костра» позволяет:

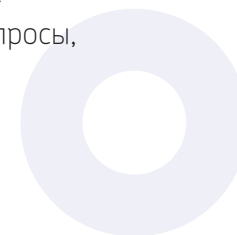
- обеспечить взаимное обучение
- обмениваться опытом
- устанавливать деловые контакты
- обеспечить поиск потенциальных партнеров/единомышленников

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Навык краткой презентации себя / своей компании / продукта
- Социальные навыки
- Навык формулирования вопросов

4. Обязательный набор позиций

- Фасилитатор/модератор. Роль фасилитатора может взять на себя один из докладчиков для выполнения следующих функций:
 - информирование о формате и его особенностях
 - вовлечение в обсуждение участников через вопросы, комментарии и т.д.
 - подведение итогов сессии
- Докладчик (один или несколько)
- Участники дискуссии



5. Типы мероприятий данного формата

- Как отдельный формат в рамках крупных мероприятий (конференции, форумы и т.д.), посвященный обсуждению конкретной темы / предметной области
- Сессии, связанные с разработкой методов, моделей, технологий и т.п.
- Сессии для представления и обсуждения результатов исследовательской работы

6. Требования к участникам

- Эксперты (опыт работы в заданной предметной области и компетенции, признанные профессиональным сообществом)
- Участники дискуссии (специалисты в заданной предметной области и смежных областях)

7. Ожидаемый результат

Для организаторов:

- Создание регулярной площадки для неформальных встреч представителей разных профессиональных сообществ



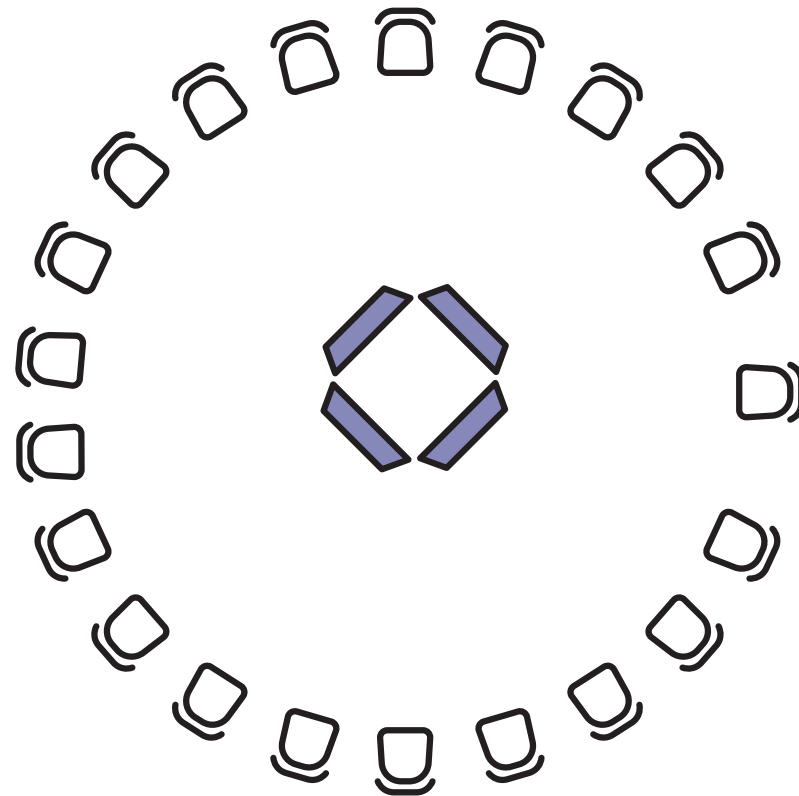
Индивидуальный:

- Получение опыта оформления собственной содержательной позиции
- Получение опыта публичного выступления и выступления в малой группе

Коллективный:

- Создание новых клубов, малых групп

8. Типовая схема рассадки участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1** Количество участников – не более 20–30 человек
- 2** Создание неформальной обстановки, в которой все участники будут чувствовать себя комфортно (например, видео с изображением костра; драпировка комнаты для создания эффекта походной палатки; складные стулья и т.п.)
- 3** Не использовать технику. Заменить компьютеры и планшеты на другие средства визуализации – распечатанные изображения, раздаточные материалы и т.п.
- 4** Лимит продолжительности сессии – не более 90 минут. Наиболее часто используемая продолжительность – 30 минут.

Лимит установочного доклада (-ов) – не более 10–15 минут.
- 5** Докладчик (-и) после своего выступления и ввода в тематику сессии становится (-ятся) посредником (-ами) в разговоре. Главные действующие лица – аудитория.

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





БЛИЦ-ДОКЛАДЫ
/ LIGHTNING TALKS

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Блиц-доклады – серия коротких выступлений продолжительностью 5 минут каждое на крупных дискуссионных площадках.

Формат зародился в сфере информационных технологий, когда впервые был использован на конференции по языку программирования Python в 1997 году. Термин «lightning talk» стал использоваться с 2000 года с конференции по языку Perl YAPC.

2. Назначение формата

Цель формата – сформулировать, быстро и четко обозначить тему. Краткие доклады предназначены для привлечения внимания аудитории, передачи ключевой информации и позволяют нескольким докладчикам в короткие сроки поделиться своими идеями.

Формат блиц-доклада дает возможность впервые выступить новым докладчикам.

Ключевые особенности формата:

- Длительность выступления одного докладчика составляет не более 5 минут (допускается незначительное варьирование продолжительности выступления на усмотрение организаторов).
- Вопросы из зала после выступлений не предусмотрены (чтобы «удержать энергетику» серии докладов). Возможно проведение сессии вопросов и ответов после всех выступлений.
- Смена докладчика. Об окончании выступления сигнализирует удар гонга или объявление фасилитатора.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Быстрое содержательное выступление/презентация
- Социальные навыки

Примеры в мире



Примеры в России



4. Обязательный набор позиций

- Модератор/фасилитатор. Выполняет следующие функции:
 - Представление спикеров
 - Строгое соблюдение времени выступления (предупреждать спикеров за 1 минуту до окончания их времени выступления; останавливать и приглашать следующего по истечении отведенного времени)
 - Предварительная подготовка сценария мероприятия, чтобы все выступления следовали друг за другом в тематической последовательности
- Спикеры (10–15 чел.)
- Аудитория (неограниченное количество участников)

5. Типы мероприятий данного формата

- Крупные мероприятия (форумы, конференции и т.п.) с большим количеством потенциальных спикеров и временными ограничениями
- Отраслевые мероприятия (т.к. формат появился в сфере информационных технологий)
- Рабочие встречи внутри компаний, университетов, научных организаций для обсуждения новых проектов/инициатив и т.п.

6. Требования к участникам

Эксперты/специалисты в заданной тематической области

7. Ожидаемый результат

Для организаторов:

- Предоставление возможности выступить максимальному количеству экспертов
- Представление широкого спектра идей/разработок
- Предоставление возможности молодым спикерам отработать навык публичного выступления на большой аудитории
- Удержание внимания и интереса аудитории к содержательной части мероприятия за счет быстрой смены выступающих
- Большая концентрация контента

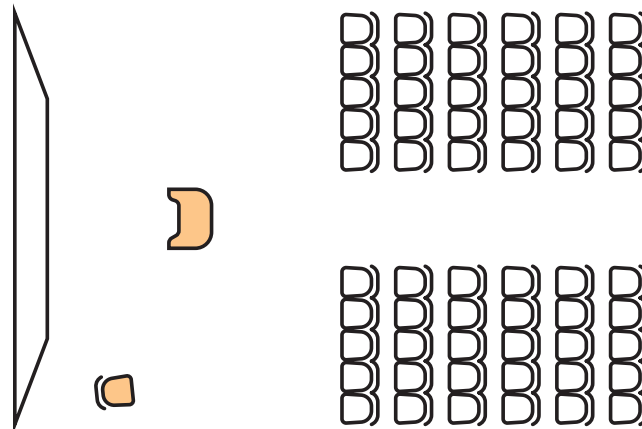
Индивидуальный:

- Публичная презентация своей идеи/разработки

Коллективный:

- Обмен знаниями/контактами

8. Типовая схема рассадки участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

1 Соблюдение временных рамок выступлений – не более 5 минут на одно выступление (в т.ч. не более 1 минуты на предисловие или вводную часть доклада)

2 Использование презентаций необязательно. Как альтернатива – использование карточек, на каждой из которых написано ключевое слово.

Если слайды используются – они должны быть фоном повествования спикера (максимум 3–5 слайдов).

3 Для подготовки спикеров можно использовать следующие вопросы:

- Есть ли что-то новаторское/инновационное в том, что вы делаете?
- Оказывает ли ваша работа непосредственное влияние на организацию или сообщество?
- Достигли ли вы значительных результатов или узнали что-то действительно значительное?
- Представьте свою ключевую идею в начале своего выступления.

4 Смешанная тематика выступлений на одной сессии блиц-докладов

5 Неформальная обстановка

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





BOF-СЕССИЯ
/ BIRDS OF A FEATHER

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

BoF-сессия – неофициальная встреча, в рамках которой участники объединяются по общим профессиональным интересам и проводят обсуждения без заранее подготовленной программы.

Также используется IETF (Internet Engineering Task Force) для обозначения предварительной встречи участников по определенному вопросу¹.

2. Назначение формата

Формат BoF-сессии включает короткие выступления/презентации, проводимые инициативной группой и модератором. Основное время сессии посвящается обсуждению с участниками сессии и вовлечению максимального количества в дискуссию / сбор предложений и т.д.

Изначально термин зародился в информатике. Сегодня этот формат часто используется на больших международных мероприятиях в сфере информационных технологий.

Варианты организации мероприятия в формате BoF-сессии:

- Размещение на официальном сайте крупного мероприятия (форума/конференции) формы для подачи заявки на организацию и проведение BoF-сессии. Форма содержит основную информацию (тема, организаторы, контакты, докладчики и т.д.). В дни проведения мероприятия информация о BoF-сессиях размещается на стендах/флипчартах, где потенциальные участники могут вписать свое имя.
- Размещение на площадках крупного мероприятия (форума/конференции) стендов/флипчартов для инициирования проведения BoF-сессии. Инициаторы вписывают тему сессии и свое имя. Желающие принять участие вписывают свои имена

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Социальные навыки
- Критическое мышление

4. Обязательный набор позиций

- Модератор/фасилитатор
- Группа инициаторов = докладчики
- Участники

Примеры в мире



1. Официальная процедура проведения BoF-сессии на собраниях IETF



5. Типы мероприятий данного формата

- Крупные мероприятия (форумы, конференции и т.п.)
- Отраслевые мероприятия (т.к. формат появился в сфере информационных технологий)

6. Требования к участникам

Эксперты/специалисты в заданной предметной и смежных областях

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Создание новой площадки для дискуссий
- Объединение сообщества с нишевыми интересами
- Формирование рабочих групп
- Оформление конкретных предложений / проектных идей

Индивидуальный

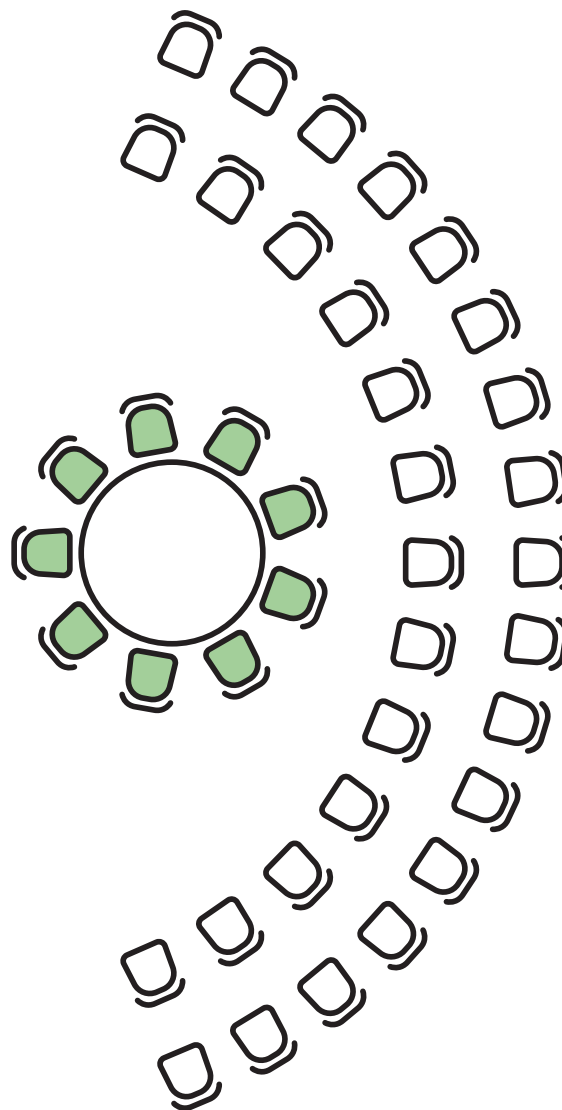
- Публичная презентация своей идеи/разработки
- Формирование/вхождение в состав рабочих групп
- Углубление знаний / повышение информированности в предметной области

Коллективный

- Выстраивание сотрудничества между людьми/группами, ориентированными на выполнение конкретных задач в профессиональной сфере
- Оформление конкретных предложений / проектных идей

8. Типовая схема рассадки участников

Формат круглого стола



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 ВоF-сессии проводятся по конкретной предметной области
- 2 Максимальное количество участников (более 80%) должны быть представителями предметной области
- 3 Каждый участник должен иметь возможность наравне с другими участвовать в дискуссии
- 4 Отсутствие заранее подготовленного сценария/программы сессии
- 5 Неформальная обстановка

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





INNOVATION BOOT CAMP

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Innovation Boot Camp – интенсивный практический семинар продолжительностью несколько дней, направленный на разработку эффективных бизнес-идей и передовых решений посредством самостоятельных командных проектов.

2. Назначение формата

Формат используется для работы со студентами/учащимися, молодыми профессионалами, с сотрудниками организации с целью развития предпринимательства, поиска новых решений и разработки инновационных концепций.

Основная цель – разработка идеи и превращение ее в работающий прототип.

В течение отведенного времени участники работают в команде, состоящей из представителей крупных/средних компаний, стартапов, с целью разработки новых идей для конкретной сферы.

Как правило, в рамках Innovation Boot Camp используют и другие форматы для усиления содержательной части мероприятия: мастер-классы, индивидуальное обучение, личное наставничество и др.

По итогам мероприятия лучшие команды продолжают работу с организациями-партнерами мероприятия.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Командная работа
- Генерирование новых идей
- Профессиональные навыки
- Социальные навыки
- Проектная деятельность

4. Обязательный набор позиций

- Представители компаний/стартапов
- Эксперты/профессионалы в предметных областях
- Бизнес-тренеры
- Участники (студенты, молодые ученые/профессионалы, некоммерческие организации – в зависимости от направления мероприятия)

5. Типы мероприятий данного формата

Самостоятельное мероприятие

Примеры в мире



Примеры в России



6. Требования к участникам

- Эксперты в предметной области мероприятия (руководители компаний, организаций)
- Эксперты в смежных областях (тренинги, фасилитация и т.д.)

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Набор проектных идей, дальнейшая их доработка/реализация
- Получение новых имен/команд

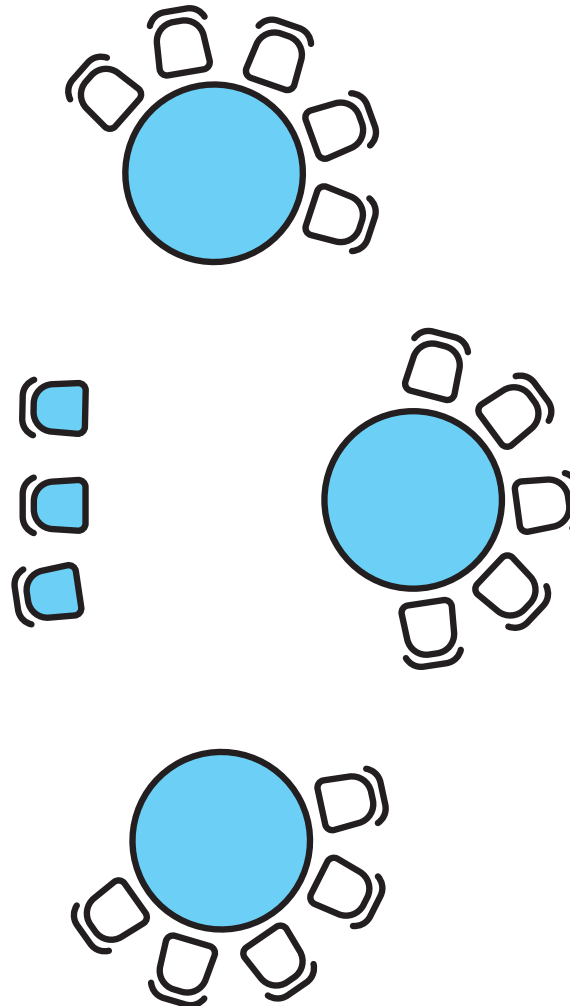
Индивидуальный

- Получение инструментария для развития своей деятельности
- Возможность продолжить работу в одной из организаций-партнеров мероприятия
- Углубление профессиональных знаний

Коллективный

- Разработка коллективного продукта

8. Типовая схема рассадки участников



ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Четкое определение тематической направленности Innovation Boot Camp
- 2 Спроектированная программа мероприятия
- 3 Организационное сопровождение мероприятия (логистика, питание, проживание и т.д.)
- 4 Возможные варианты форматов в рамках Innovation Boot Camp:
 - Лекции (опытные эксперты рассказывают о реальных проблемах и возможных сценариях их развития)
 - Обсуждение/дискуссии с опытными специалистами
 - Innovation best practices (навыки для генерации инновационных идей, понимание, какие идеи являются эффективными и т.д.)
 - Практические упражнения и командные действия
 - Стратегический сторителлинг (презентация своей идеи для поддержки заинтересованных сторон)
- 5 Возможность свободного обращения и общения с экспертами, представителями компаний на постоянной основе в течение всего мероприятия



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ХАКАТОН / CHARITY HACKATHON

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Хакатон – марафон разработчиков, во время которого специалисты из разных областей разработки программного обеспечения (программисты, дизайнеры, менеджеры) сообща работают над решением конкретной задачи. Каждый хакатон сфокусирован на определенной области, например, языке программирования, операционной системе, приложении, программном интерфейсе.

Благотворительный хакатон – мероприятие в формате хакатона, целью которого является развитие благотворительности и решение общественных проблем через обеспечение благотворительным и социальноориентированным некоммерческим организациям присутствия в интернете.

2. Назначение формата

Разработка ИТ-продукта, направленного на поддержку благотворительных и социальноориентированных некоммерческих организаций.

Хакатон дает возможность максимально погрузиться в решение конкретной задачи: не привлекая дополнительных ресурсов, быстро создать прототип сайта или приложения, техническое задание на его разработку и получить отзывы экспертов.

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Профессиональные навыки
- Социальные навыки

4. Обязательный набор позиций

Каждая команда может включать следующий список участников (возможно варьирование/добавление других позиций в зависимости от тематической направленности, целей и задач мероприятия):

- менеджер проекта
- дизайнер
- разработчик
- менеджер социальных сетей
- менеджер контента
- тестировщик

5. Типы мероприятий данного формата

Хакатоны.

6. Требования к участникам

- Эксперты и специалисты в предметной области (программирование)
- Эксперты и специалисты в смежных областях

Примеры в мире



Примеры в России



7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Разработаны технические задания/прототипы/продукты/технологии для решения конкретных задач
- Развитие социальноориентированного сектора
- Создание повода/площадки для совместной работы разных команд

Индивидуальный

- Вхождение в глобальное сообщество
- Практика профессиональных навыков в решении конкретной задачи

Коллективный

- Разработаны продукты/технологии для решения конкретных задач

8. Типовая схема рассадки участников

Open space

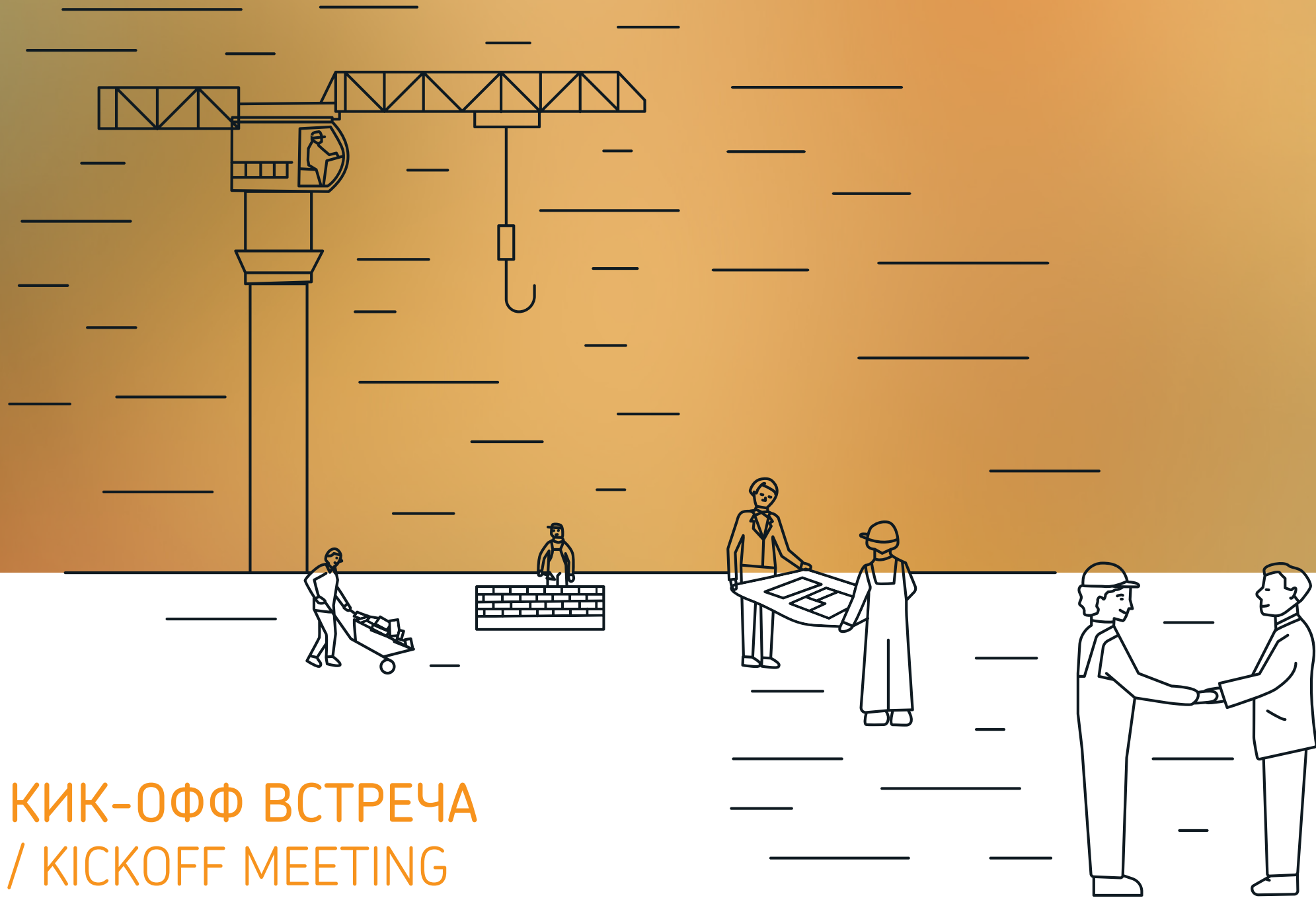
3 ФАКТОРА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Определение технологической проблемы, которая может быть решена за время проведения мероприятия
- 2 Присутствие на мероприятии представителей благотворительных/некоммерческих организаций, решения для которых разрабатываются в рамках мероприятия, с целью возможности уточнения и понимания обозначенных ими проблем
- 3 Организационное сопровождение мероприятия (питание, зоны отдыха, техническое оснащение)

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





КИК-ОФФ ВСТРЕЧА
/ KICKOFF MEETING

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

«Кик-офф встреча» (установочная встреча) – первая встреча команды проекта с клиентом/заказчиком/спонсором при запуске нового проекта.

2. Назначение формата

Цель «Кик-офф встречи» – заложить основу для успешной реализации проекта. Используется для сбора и организации первой очной коммуникации с потенциальными пользователями. Встреча проводится после утверждения технического задания (ТЗ) и подписания договора/контракта.

Продолжительность «Кик-офф встречи» - не более одного дня.

Кик-офф встречи могут проводиться:

- когда команда разработчиков начинает крупную инициативу
- когда значительную часть команды составляют вновь вошедшие специалисты
- на регулярной основе (например, раз в год)

Примерный сценарий ведения кик-офф встречи:

- Знакомство
- История проекта (исторический контекст, текущие «болевы» точки, которые привели к необходимости реализации проекта)
- Цель проекта, преимущества
- Объем/план реализации проекта (этапы, виды работ, функции, сроки, бюджет)
- Роли в реализации проекта, правила взаимодействия (функции каждого участника, распределение обязанностей между разными участниками)
- План сотрудничества и коммуникации (что нужно сообщать, кому это должно быть сообщено, как часто должно происходить общение, какие носители будут использоваться для общения, определение «центрального» места для размещения версий документов, заметок, комментариев и возможности легкого и быстрого обмена информацией между всеми участниками)
- Сессия Q&A (все участники встречи должны достичь единого понимания по всем вопросам)
- Следующие шаги (определение основных шагов для запуска совместной работы, например, обмен документами, ресурсами и т.п.)

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Социальные навыки
- Проектное мышление
- Навык формулирования вопросов
- Навык фиксации основных идей, предложенных в ходе встречи, а также собственных идей

4. Обязательный набор позиций

- Все участники команды, реализующей проект
- Заказчик/спонсор/потребитель
- Другие заинтересованные стороны (на усмотрение организатора встречи)
- Члены команды, работающие неполный рабочий день и/или работающие на аутсорсинге (на усмотрение организатора встречи, исходя из понимания, какую выгоду сможет приобрести команда от данного участника)
- Scrum Master/фасилитатор (на усмотрение организатора встречи)

5. Типы мероприятий данного формата

Самостоятельное мероприятие

6. Требования к участникам

Профессиональные требования устанавливает руководитель проекта/команды, реализующей проект

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Достигнуто общее понимание цели проекта и его содержательной части (этапы, риски, ограничения и т.д.)
- Установлены основные правила взаимодействия членов команды друг с другом и заинтересованными сторонами

Индивидуальный

- Руководителем проекта получена обратная связь от всех заинтересованных сторон
- Каждый участник встречи понимает цели проекта, масштаб, риски, берет на себя ответственность за свою роль в проекте

Коллективный

- Знакомство членов команды друг с другом
- Установлены командные нормы относительно поведения каждого члена команды

8. Типовая схема рассадки участников

На усмотрение участников встречи
(формат круглого стола, open space и т.д.)

5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

1. **1** Согласованы (и/или подписаны) основные документы (техническое задание, договор, устав и т.п.)
2. **2** Сформирован состав команды проекта, определены роли и ответственность и т.д.
3. **3** Проведение двух предварительных встреч до «Кик-офф встречи»: с заказчиком, а также отдельно с членами команды
4. **4** Предварительная подготовка повестки встречи с детальным указанием запланированных к обсуждению вопросов и ожидаемых результатов
5. **5** Наличие раздаточного материала

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





ΜΙΡΟΒΟΕ ΚΑΦΕ
/ WORLDCAFÉ

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Мировое кафе – структурированный разговорный процесс обмена знаниями, в ходе которого группы людей за несколькими столами обсуждают заданную тему, имея при этом возможность делегировать нескольких представителей своего стола за другие столы с целью ознакомления с ходом их дискуссии с помощью «хозяина стола» ("table host").

2. Назначение формата

Метод World Café разработан в 1995 году (авторы – Хуанита Браун и Дэвид Айзекс) и направлен на:

- создание продуктивного диалога и обсуждения
- решение комплексных проблем
- получение ответов на несколько вопросов
- принятие нестандартных решений
- объединение нескольких точек зрения
- планирование групповой работы
- подведение итогов проекта, конференции, обучения, календарного года
- обмен опытом

World Café основан на семи интегрированных принципах проектирования:

- Определить контекст (понимание и определение цели мероприятия позволят рассмотреть и выбрать наиболее важные элементы для его проведения: участники, темы и вопросы, результаты и т.д.)
- Создать гостеприимное пространства (создание безопасного и привлекательного пространства; когда люди чувствуют себя комфортно, это позволяет им говорить, слушать и креативно мыслить)
- Определить вопросы, которые действительно имеют значение (знания возникают в ответ на «сильные» вопросы, которые помогают привлечь коллективную энергию и действие. В зависимости от имеющихся временных рамок и ваших целей, ваше кафе может исследовать один вопрос или следовать более углубленной линии исследования на протяжении нескольких раундов разговора)
- Вовлечение каждого участника, поощрение вклада
- Соединение разных точек зрения (возможность перемещаться между столами, знакомиться с новыми людьми, активно делиться своими мыслями и находить связи между своими открытиями и постоянно расширяющимися кругами мышления – одна из отличительных характеристик кафе)
- Слушайте вместе, чтобы получить паттерны и идеи (уровень нашей способности слушать является самым важным фактором, определяющим успех кафе. Практикуя совместное слушание и обращая внимание на темы, шаблоны и идеи, мы начинаем ощущать связь с большим целым)

Примеры в мире



Примеры в России



Примеры в сети



- Делиться совместными открытиями (разговоры, происходящие за одним столом, отражают образец целостности, который связан с разговорами за другими столами. Последний этап кафе, часто называемый «сбор урожая», заключается в том, чтобы сделать этот образец целостности видимым для всех в целом. Групповой разговор. Предложите несколько минут молчаливого размышления о шаблонах, темах и более глубоких вопросах, возникающих в беседах в малых группах, и попросите их поделиться с большой группой. Убедитесь, что у вас есть способ «собрать урожай» – для фиксации рекомендуется привлечь отдельного человека)

Количество участников – минимум 12. За одним столом должно сидеть не больше 3–7 человек. У каждого стола есть свой «хозяин» ("table host").

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Навык формулирования и задавания вопросов
- Социальные навыки
- Аналитическое мышление
- Критическое мышление
- Creative thinking

4. Обязательный набор позиций

- Ведущий/модератор/фасилитатор, выполняющий следующие функции:
 - дает установку (особенности работы формата, правила и т.д.)
 - следит за временем и дает команды для каждого этапа (начало обсуждения, переход между столами и т.д.)
 - предоставляет слово и следит за временем на финальном пленарном заседании
- «Хозяин стола», выполняющий следующие функции:
 - фиксирует информацию в ходе обсуждения в группе
 - информирует новых участников (которые пришли от других столов) о результатах предыдущего обсуждения за столом
 - представляет результаты работы стола на финальном пленарном заседании
- Участники (минимум 12 чел.)

5. Типы мероприятий данного формата

Самостоятельное мероприятие

6. Требования к участникам

Профессионалы в заданной предметной области мероприятия и смежных областях

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Набор проектных идей/решений/инструментов для конкретных задач/проблем

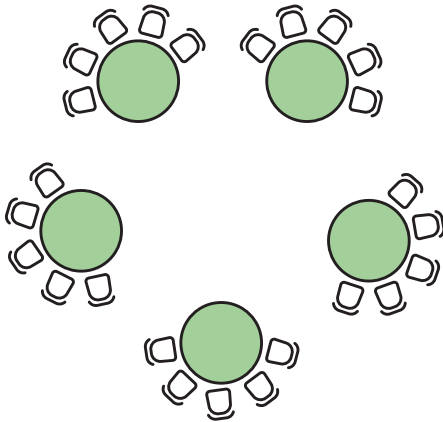
Индивидуальный

- Повышение профессионального уровня
- Обмен опытом / использование своих профессиональных знаний

Коллективный

- Формирование коллективного знания

8. Типовая схема рассадки участников



ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)



9. Требования к визуализации и схематизации работы форума

- Карта – навигатор мероприятий форума с указанием названия мероприятия, целей и задач, мест, состава участников и спикеров.
- Достаточное количество информационных материалов, имеющих отношение к теме и форматам форума.
- Возможность формирования пакетов информации или стенограмм мероприятий по запросу участников

5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1** Неформальная обстановка, в которой все участники будут чувствовать себя комфортно (максимально приближено к обстановке общения в кафе).
- 2** Формулирование общей темы для мероприятия.
Разбивка общей темы на подтемы/вопросы для каждого стола.
Качественно подготовленные вопросы – ключевой фактор успеха использования формата.
Вопросы должны быть простыми, понятными, «задевать» и вызывать интерес у участников.
В идеале каждый следующий стол должен обсуждать вопросы/темы, которые являются продолжением тем/вопросов предыдущего стола.
- 3** Соблюдать основные принципы World Cafe (см. п. 2)
- 4** Соблюдать последовательность и тайминг формата.
Этап 1. Вступительное слово ведущего мероприятия (3-5 минут).
Объединение участников мероприятия в группы (3-7 человек).
В каждой группе выбирается «хозяин стола». Каждая группа получает лист флипчарта, стикеры, маркеры для фиксации хода и результатов обсуждения.
Этап 2. Первое обсуждение в группе (10-20 минут).
Этап 3. Переход участников каждого стола (кроме "table host") к другому столу (обычно по часовой стрелке). Происходит информирование новых участников о результатах обсуждения. Новые участники дополняют своими идеями.
Продолжительность – 10-20 минут.
Начиная со следующего перехода, продолжительность обсуждения за столами сокращается до 7-15 минут (в зависимости от количества участников за одним столом и сложности обсуждаемых вопросов).
Этап 4. После всех переходов участники возвращаются за свои столы и подводят итоги обсуждения, готовят свое выступление с обязательной визуализацией на листах флипчарта.
Этап 5. Каждая группа (каждый стол) представляет результаты своей работы на общем пленарном заседании. Время для выступления каждой группы – не более 5 минут.
Общее время мероприятия – 60-90 минут.
- 5** Приветствуется во время обсуждения за столами рисовать, писать, схематизировать и т.п. на предусмотренных заранее организаторами листах бумаги.
Существуют специальные компании, которые специализируются на выпуске оборудования для World Café (например, бумажные скатерти для круглых столов с заранее обозначенными секторами).



УЧЕБНАЯ ЛАБОРАТОРИЯ
/ LEARNING LAB

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Учебная лаборатория – это интенсивные семинары с участием приглашенных международных и российских экспертов, проводимые в целях совершенствования профессиональных навыков, изучения отрасли и создания коллективного конечного продукта.

Как правило, продолжительность работы одного Learning Lab – от нескольких дней до нескольких недель.

Формат подходит для технологических «Точек кипения», университетских «Точек кипения», расположенных в непосредственной близости от профильных лабораторий и центров, для городских «Точек кипения», расположенных в непосредственной близости от детского технопарка «Кванториум» или центров технологического творчества, центров опережающей профессиональной подготовки и т.д.

2. Назначение формата

Формат Learning Lab направлен на решение следующих задач:

- Установление связи между образованием и индустрией
- Формирование понимания применения теоретических и практических навыков/знаний на рынке труда
- Использование современных технологий, высокотехнологичного оборудования, методов и инструментов обучения, позволяющих обеспечить максимальное погружение и заинтересованность участников в процессе

- Соединение теоретических и практических знаний, акцент на практической работе
- Формирование уникальной культуры обучения (unique learning culture): переход от традиционного формата преподавания (regular teacher) к передаче актуальной, интересной, необходимой информации и взаимному обмену информацией (со студентами) через общение и совместную практическую деятельность
- Повышение заинтересованности и участия в профессиональной деятельности/отрасли/обучении
- Получение реального опыта
- Совместный поиск решения проблем

По окончании учебной лаборатории должен быть получен результат в виде конечного продукта, проекта.

Помимо образовательной сферы (школы, университеты), формат Learning Lab применяется и в индустрии для объединения заинтересованных сторон, обмена передовым опытом, создания новых деловых / технологических партнерств и т.д.



Примеры в мире



3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Профессиональные навыки (в конкретной предметной области)
- Социальные навыки
- Командная работа

4. Обязательный набор позиций

- Эксперт (-ы)
- Участники

5. Требования к участникам

Эксперты: эксперты национального и/или мирового уровня в конкретной предметной области, имеющие опыт реализации масштабных проектов, использования современных инструментов и методов и т.д.

Участники: возможность участвовать в учебных лабораториях предоставляется по результатам отбора / выполнения задания и т.п.

6. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Создание нового формата обучения в ориентации на потребности индустрии и заинтересованность участников

Индивидуальный

- Получение новых знаний
- Освоение практических навыков в конкретной профессиональной сфере
- Создание конечного продукта (в зависимости от профиля/ предметной области)
- Включение полученного результата (продукта/проекта) в свое портфолио для продвижения в профессиональной сфере

Коллективный

- Формирование профессиональных команд / проектных групп
- Создание коллективного продукта

7. Типовая схема рассадки участников

На усмотрение организатора

5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Поиск и обеспечение участия экспертов для работы в учебных лабораториях в соответствии со спецификой темы, ожидаемыми результатами, соответствия учебной программе
- 2 Разработка и утверждение программы учебной лаборатории
- 3 Обеспечение необходимым высокотехнологичным оборудованием, инструментами, материалами в соответствии с требованиями эксперта и утвержденной программы
- 4 Организационное сопровождение подготовки и проведения учебных лабораторий (приезд, проживание и питание экспертов, поиск и бронирование площадки для проведения учебных лабораторий, отбор участников и т.д.)
- 5 Регулярная работа с участниками:
 - анализ текущих и окончательных результатов
 - отслеживание посещаемости участников
 - выявление причин отсутствия
 - определение удовлетворенности и вовлеченности в работу
 - получение обратной связи

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)





AGILE COMMAND TRAINING

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Форма настольной игры с ролевым участием ведущего дает эффект «быстрого опыта».

Игровой тренинг с элементами ролевого управления посредством ведущего в виде настольной игры:

- работает с ситуацией глубокого погружения людей (особенно молодых) в командную разработку посредством игрофикации
- содержит веселый и интересный контент и при этом дает возможность ввода жестких правил и механик
- дает возможность работать с ведущим (выступающим в роли заказчика разработки/проекта), который может импровизировать и реагировать на разную специфику команд

В основе тренинга:

- гибкие методологии, в частности, Agile и основные принципы методологии Scrum
- настольная игра, моделирующая процесс разработки программного обеспечения

Игровая механика дополнена ролевой составляющей – ведущий моделирует взаимодействие с клиентом, коллегами, конкурентами, оперативно добавляет оригинальные ситуации, наблюдая за командой.

Сценарий проведения тренинга: команда должна выполнить проект за три итерации (спринта). Этому препятствуют

как события, построенные на игромеханике (сдвиг сроков, болезнь разработчиков, ошибки в коде), так и события, генерируемые тренером (изменения требований клиентом, неожиданный аудит, общение с конкурентами).

В тренинге заложены:

- Принцип быстрой связи. Некачественное, нецелевое действие ведет к негативным последствиям, делая связь между поступком и результатом очевидной и прозрачной.
- Реальные кейсы, проблемы, ситуации. Для тренинга разработаны методология проведения и метрики в виде чек-листов для оценки участников тренинга, которые позволяют отследить динамическое развитие навыков внутри команды.

2. Назначение формата

Чаще всего применяется в сфере IT. Игровой тренинг с элементами ролевого управления посредством ведущего в виде настольной игры:

- обеспечивает высокую включенность в процесс каждого участника
- помогает оценивать и отбирать специалистов при трудоустройстве
- демонстрирует важность качественного взаимодействия внутри команды и последствия его отсутствия
- позволяет точно проработать проблемы внутри команды или вскрыть личные качества отдельного игрока
- моделирует ситуации, в которых можно получить опыт проваленной командной разработки и избежать его повторения в работе с реальными проектами
- учит своевременно сообщать о возникающих проблемах и учитывать возможные риски
- учит правильно реагировать на проблемы, возникающие во время работы над проектом

- дает возможность отслеживать развитие Soft Skills участников команды от тренинга к тренингу
- помогает интегрировать молодых или новых специалистов в рабочий процесс

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Межличностные навыки (способность работать в команде, общаться с коллегами, заказчиками, руководством и управлять конфликтами)
- Коммуникационные навыки (умение слушать и слышать, грамотно и убедительно излагать свои мысли)
- Адаптивность (способность реагировать на изменения и перестраиваться под них)
- Навыки управления проектами (умение спланировать и организовать работу)
- Эмоциональный интеллект (умение распознавать эмоции и управлять ими)

4. Обязательный набор позиций

- Ведущий (1-2 человека)
- Команда (до 10 человек): менеджер, тимлид, тестировщики, программисты

5. Типы мероприятий данного формата

Управленческие поединки, стресс-тренинги внутри компаний для старших менеджеров, бизнес-игры, деловые игры, трансформирующие игры.

6. Требования к участникам

Команда до 10 человек (сфера деятельности, компетенции, опыт не принципиальны)

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Развитие бренда компании и ее продвижение.
- Поиск кадров, которые подходят компании по ценностям.
- Повышение компетенций сотрудников (тренеров, ведущих игру).

Индивидуальный

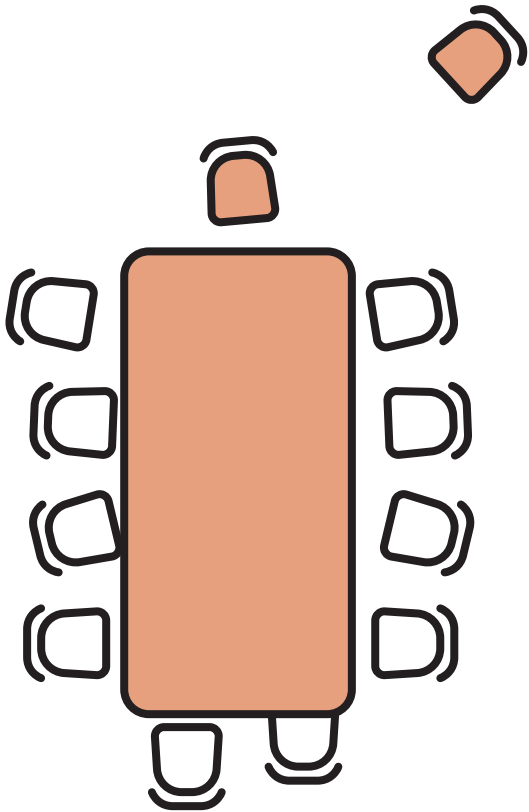
- Развитие умения выстраивать эффективную командную работу, даже в новой команде.
- Развитие стрессоустойчивости, критического мышления, умения четко излагать свою точку зрения.
- Развитие личностных качеств (осознанности, ответственности).

Коллективный

- Команда сможет проработать свои проблемы и перенести приобретенные полезные навыки в ежедневную работу.
- Команда приобретет навык эффективного взаимодействия.
- Команда научится правильно реагировать на проблемы и сообщать о них вовремя, общаться с заказчиком/руководством, предвидеть риски и их минимизировать, быстро и эффективно совещаться.

8. Типовая схема рассадки участников

(1-2 ведущих и 10 участников)



Примеры в сети



AGILE COMMAND
TRAINING
Тренинг, разработанный
программистами для
программистов

5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1 Качественная работа ведущего. От того, как он будет направлять сюжет, зависит погружение участников в тренинг и его эффективность.
- 2 Время суток: так как тренинг длится от 3 до 5 часов, то лучше его проводить в первой половине дня – участники более активны в это время
- 3 Грамотное разъяснение содержания тренинга
- 4 Техническое оснащение мероприятия и тренинга – настольная игра и специальный стенд (для визуализации)
- 5 Наличие полноценного кофе-брейка (перерыв) – необходим для «перезагрузки» участников

4.0

Оценка использования
форматов на основе
анализа данных
платформы Leader-ID



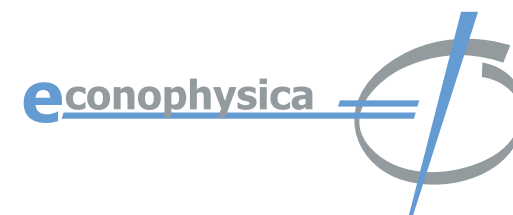
ВЫБОРКА



- Данные о **17932** мероприятиях
- Одобренные мероприятия на период проведения **24.01.2016 – 21.05.2019**
- Дата-сет сформирован на основании данных о деятельности 38 университетских и городских «Точек кипения» (включая «Технологическую Точку кипения – Иваново»)

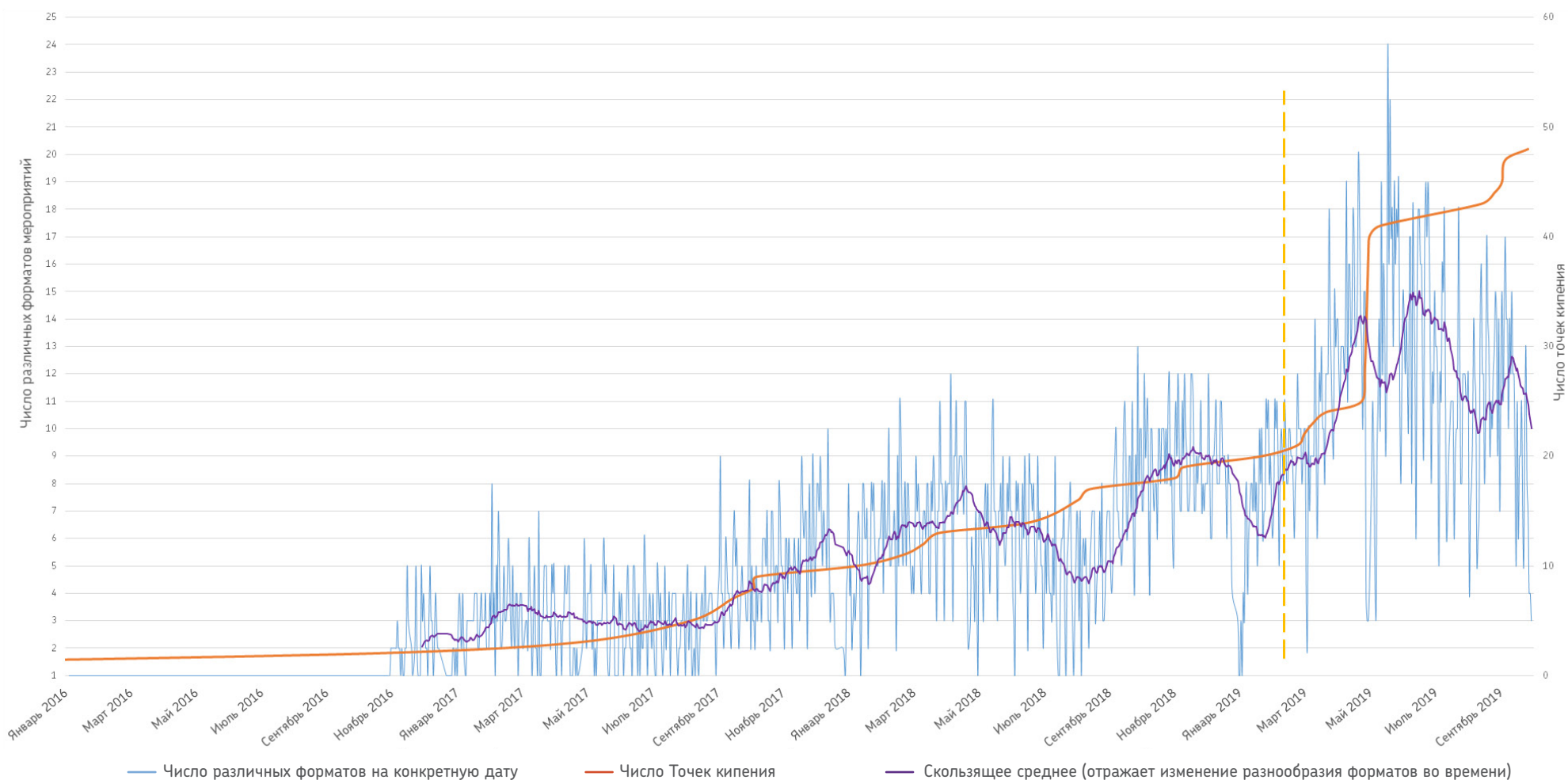
Временной срез задан необходимостью фиксации состояния развития форматов совместной работы до момента укрупнения сети вдвое (открытием 41 пространства «Точка кипения» в университетах страны 19.10.2019г.)

- Анализ данных проведен совместно с международной компанией Econophysica, которая специализируется на интеллектуальном анализе данных и машинном обучении в финансовой, нефтегазовой, нефтехимической и ИТ отраслях, а также является одним из ключевых участников и организатором конференций Analytics in Motion в «Точке кипения – Томск».



ИЗМЕНЕНИЕ РАЗНООБРАЗИЯ ФОРМАТОВ МЕРОПРИЯТИЙ ВО ВРЕМЕНИ (ПО ДАТАМ)

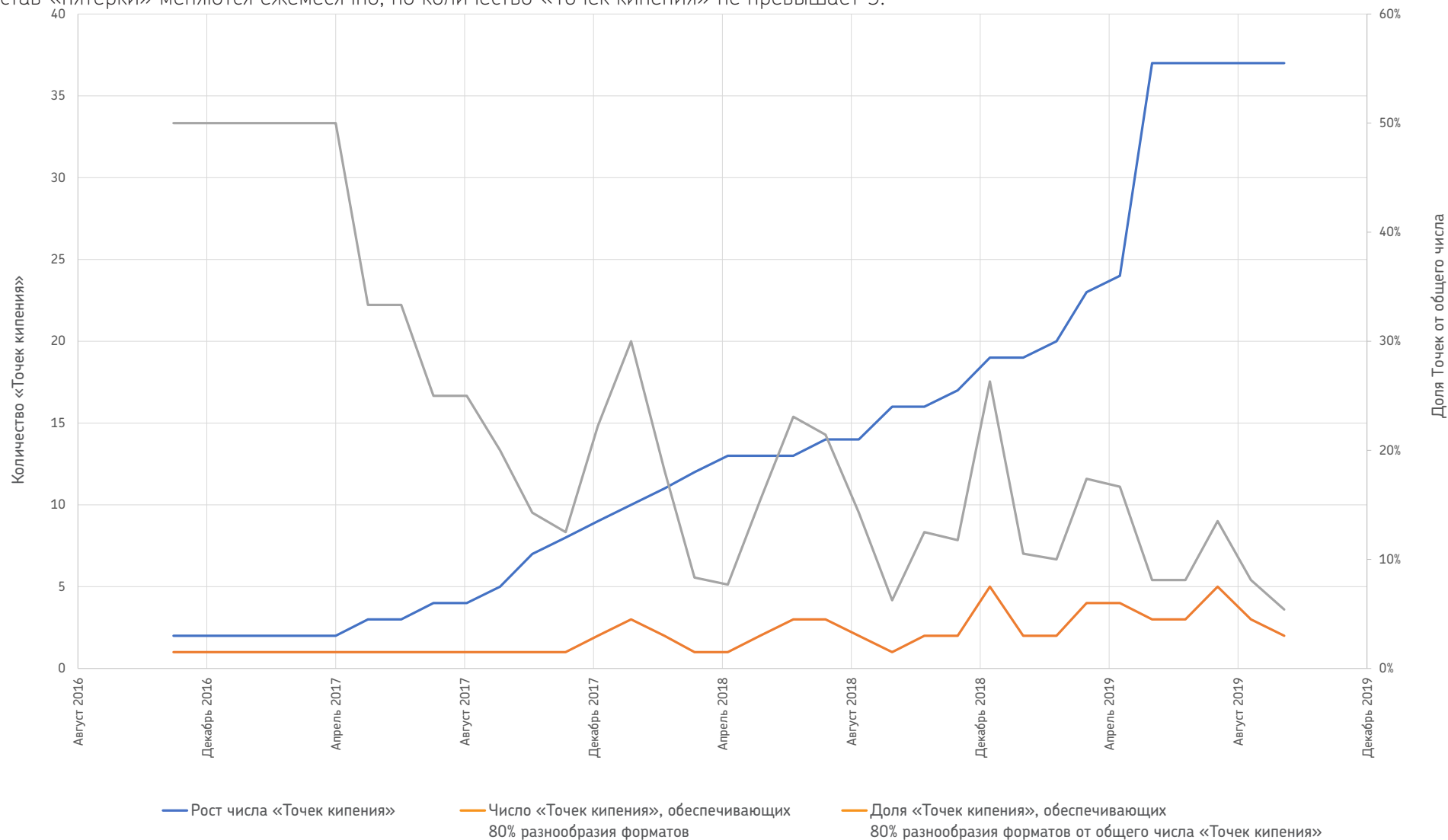
Напрямую увеличение разнообразия форматов (сиреневая линия) не связано с ростом числа «Точек кипения» (красная линия). При этом единственный «резкий» скачок в количестве разнообразия форматов наблюдается в апреле 2019 года и связан с добавлением форматов в форму регистрации мероприятия на Leader-ID.



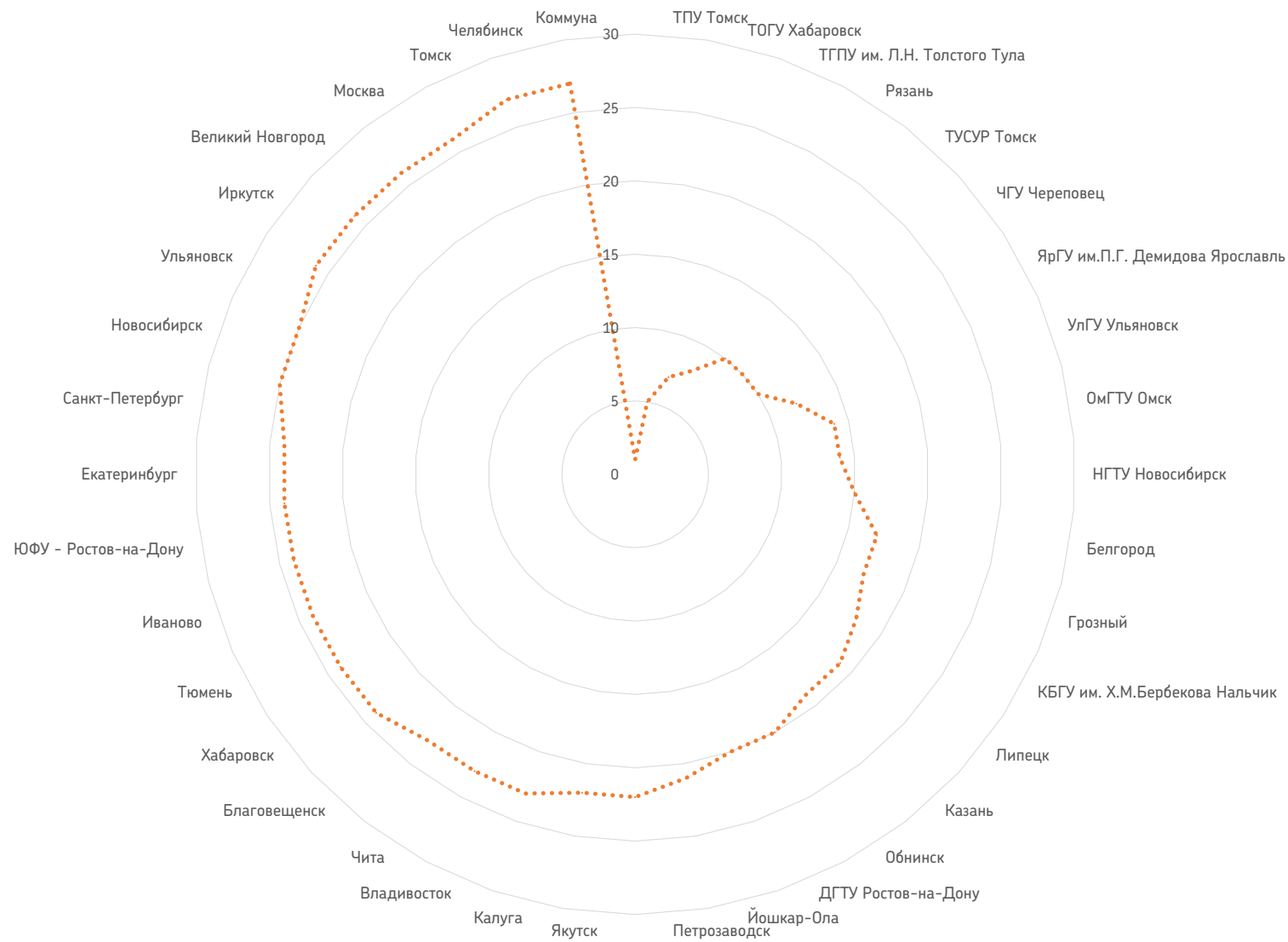
80% РАЗНООБРАЗИЯ ФОРМАТОВ ОБЕСПЕЧИВАЮТ НЕ БОЛЕЕ ПЯТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Не более 5 «Точек кипения» на протяжении всего времени работы сети обеспечивают 80% разнообразия форматов.

Состав «пятерки» меняется ежемесячно, но количество «Точек кипения» не превышает 5.



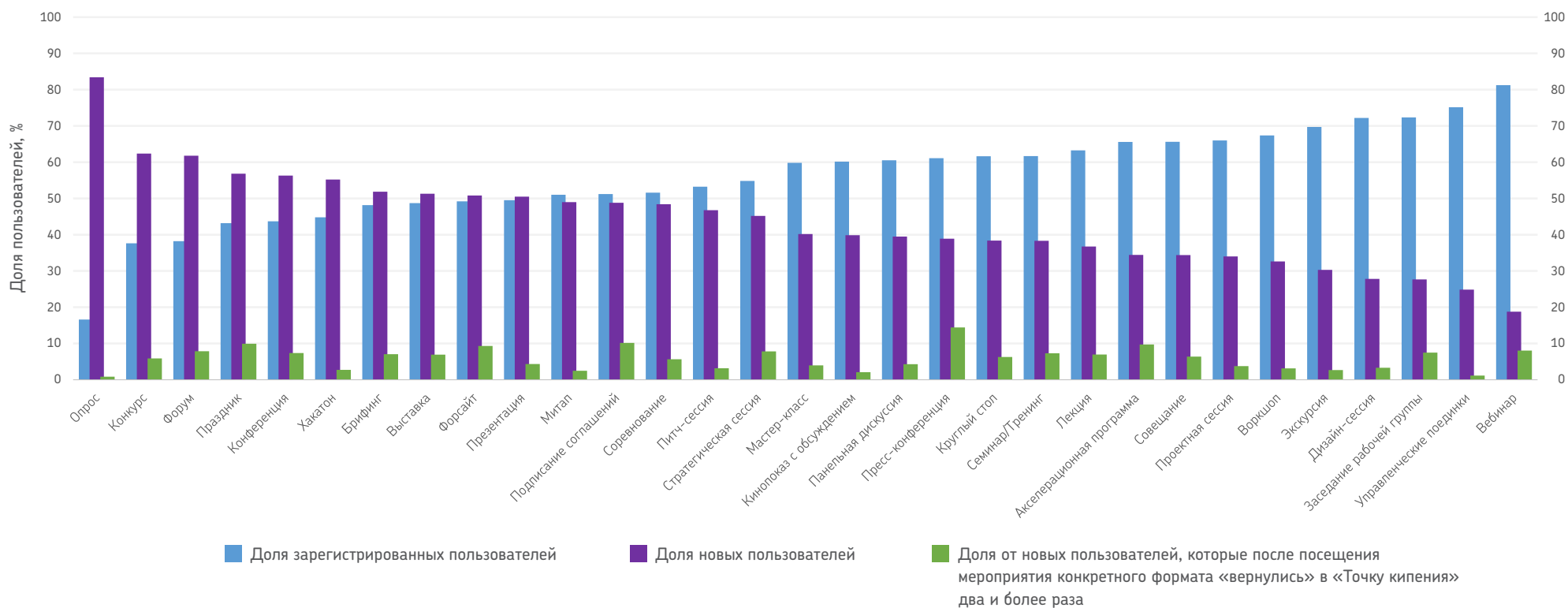
СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ФОРМАТОВ МЕРОПРИЯТИЙ В «ТОЧКАХ КИПЕНИЯ»



КОНВЕРТАЦИЯ ВНОВЬ ПРИШЕДШИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ПОСТОЯННЫХ

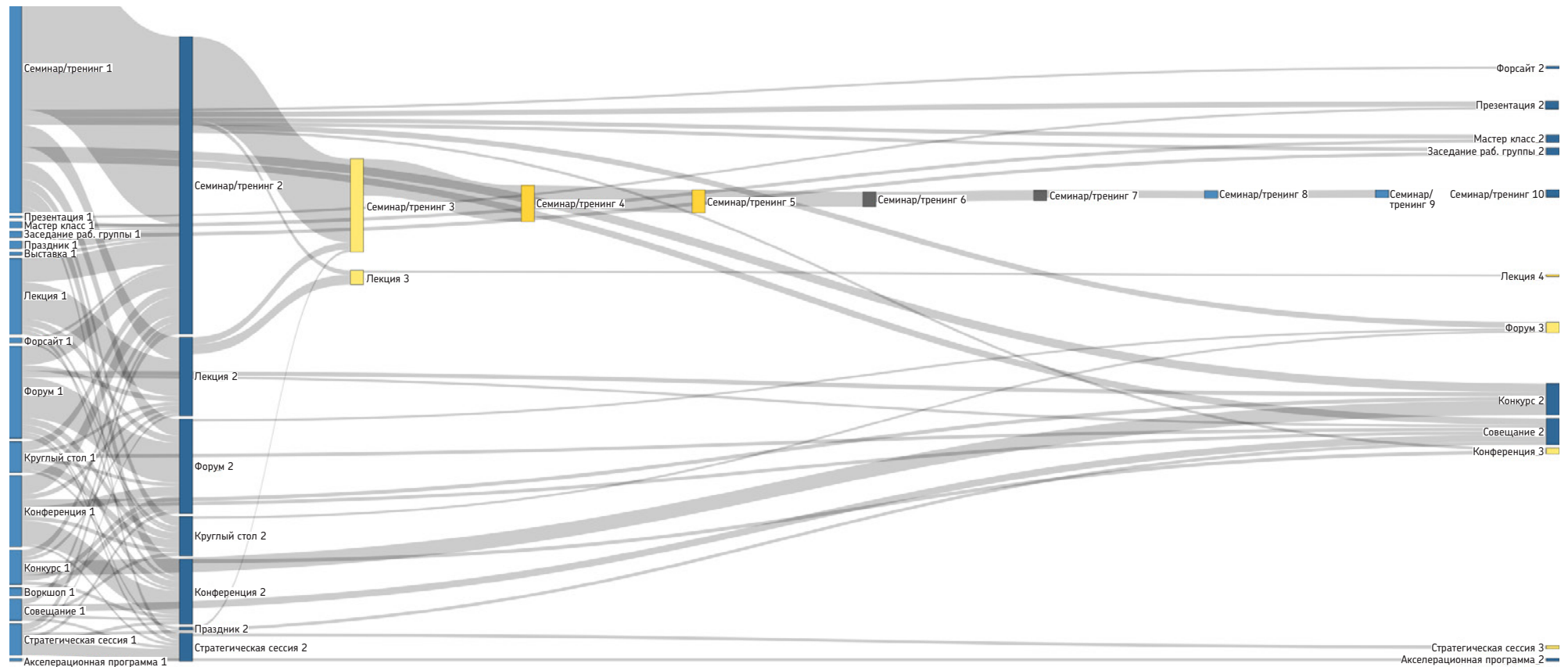
- Форматы: Опрос, Конкурс, Форум, Праздник, Конференция, Хакатон привлекают больше всего новых пользователей.
- Чаще всего пользователи возвращаются в «Точку кипения» после участия в мероприятиях таких форматов, как Акселерационная программа, Форсайт, Пресс-конференция, Подписание соглашений, Праздник.
- В большинстве случаев участники возвращаются на одни и те же форматы – с круглого стола на круглый стол, с форума на форум, с лекции на лекцию. И, как правило, возвращения заканчиваются на 2-3-й раз. Единственным исключением является формат Семинар/тренинг, образующий самую длинную цепочку возвратов. При этом данный формат обеспечивает возврат и на мероприятия других форматов.

Соотношение новых и уже зарегистрированных пользователей в структуре участников мероприятий данного формата



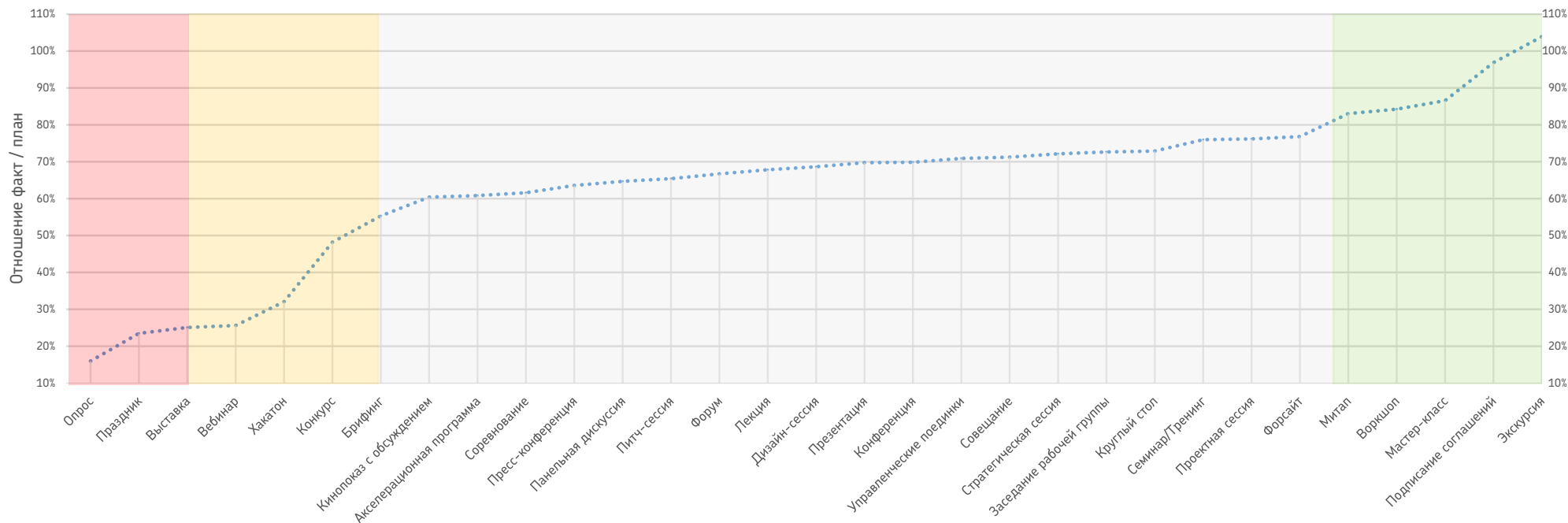
НАИБОЛЕЕ ЧАСТО ВСТРЕЧАЮЩИЕСЯ ЦЕПОЧКИ ПОСЕЩЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

- Паттерны участников, посетивших минимум 2 мероприятия.
- Анализ ограничился 10 первыми мероприятиями (или меньше) для каждого участника.
- Из анализа были исключены цепочки, присутствующие менее чем 100 участникам.
- Наиболее длинные цепочки наблюдаются у участников Семинаров/Тренингов,
- Этот же формат наиболее посещаемый.
- Отмечается взаимный обмен участниками у форматов Семинар/Тренинг и Лекция.



ИНДЕКС ПЛАНИРОВАНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

(приведено по форматам соотношение планируемого числа участников и фактически пришедших)



С очень низким индексом планирования (красная зона) и низким индексом планирования (желтая зона)

организаторам данных форматов рекомендуется уделять особое внимание работе с привлечением аудитории и учитывать тот факт, что от 100% привлекаемой аудитории по факту приходит от 15% до 50%. Соответственно, пригласительную кампанию необходимо вести с учетом данного фактора.

Со средним индексом планирования (светло-зеленая зона)

к этой группе относятся форматы мероприятий, на которые из 100% привлекаемой аудитории приходит от 50 до 80 процентов. Возможно, среди этих мероприятий большинство – это мероприятия с детально проработанными требованиями к аудитории и/или четко поставленными задачами.

С высоким индексом планирования (зеленая зона)

Данные форматы мероприятий изначально требуют выверенной работы с аудиторией. Для мероприятий данных форматов, скорей всего, списки участников формируются заранее, пригласительная кампания направлена на каждого конкретного участника с выделением целевых групп.

МАТРИЦА ИНДЕКСА ПЛАНИРОВАНИЯ

на основе планируемого числа участников

Средний индекс планирования	Ср. продолж-сть													
Планируемое число участников	0:30:00	1:00:00	1:30:00	2:00:00	2:30:00	3:00:00	3:30:00	4:00:00	5:00:00	6:00:00	7:00:00	8:00:00	Общий итог	
5	82,86%	106,26%	114,60%	130,63%	100,46%	106,73%	104,49%	132,46%	144,81%	109,23%	107,96%	130,94%	117,46%	
10	100,24%	83,30%	91,55%	88,27%	87,00%	91,70%	102,03%	82,42%	88,45%	95,33%	156,35%	92,07%	89,69%	
15	76,28%	84,60%	83,93%	85,67%	85,85%	87,64%	117,04%	82,57%	114,62%	80,55%	108,89%	142,06%	92,01%	
20	103,33%	82,70%	82,42%	86,46%	86,59%	92,68%	108,28%	97,17%	114,83%	123,91%	110,00%	100,36%	90,16%	
25	12,00%	84,75%	84,69%	90,72%	74,91%	95,54%	104,99%	97,74%	75,94%	59,29%	68,48%	83,13%	88,37%	
30		83,12%	83,95%	80,41%	83,22%	94,33%	119,05%	86,93%	96,11%	77,52%	91,12%	93,54%	86,23%	
35		98,32%	63,64%	61,91%	108,87%	71,71%	98,10%	82,85%	63,90%	77,36%	84,76%	83,04%	75,26%	
40		59,56%	82,86%	67,58%	89,98%	87,20%	74,92%	92,13%	90,44%	73,07%	86,52%	75,65%	78,50%	
45	17,78%	38,10%	62,42%	65,54%	133,76%	86,97%	113,09%	71,05%	76,60%	73,57%	60,79%	75,04%	84,50%	
50	39,67%	57,60%	56,69%	68,74%	92,64%	83,60%	93,56%	76,23%	63,89%	82,29%	72,07%	92,17%	73,90%	
60		84,93%	56,12%	65,54%	79,99%	74,26%	90,30%	84,77%	81,19%	71,27%	86,52%	69,08%	73,84%	
70	135,71%	49,59%	82,53%	76,51%	70,19%	62,77%	52,86%	81,99%	75,43%	35,89%	95,21%	72,62%	73,02%	
80	77,08%	76,53%	74,75%	58,00%	90,43%	43,78%	64,90%	70,27%	51,40%	106,63%	78,77%	133,66%	77,32%	
90	61,11%		42,64%	41,14%	78,89%	85,56%	58,89%	45,84%	59,85%	75,56%	66,11%	73,97%	60,75%	
100	4,00%	111,59%	56,62%	60,83%	70,07%	49,86%	62,36%	64,48%	90,85%	61,61%	75,04%	93,75%	70,35%	
120		48,50%	50,84%	59,80%	18,13%	53,02%	72,08%	48,42%	62,55%	44,88%	76,92%	67,56%	58,21%	
140		49,56%	83,08%	53,29%	44,52%	64,72%	70,01%	56,82%	144,62%	75,00%	69,05%	82,27%	67,15%	
160		48,00%	37,31%	67,81%	66,00%	52,31%	19,11%	59,78%	72,88%	65,54%	87,62%	88,36%	68,12%	
180				39,93%	2,35%	59,89%	71,18%	24,12%	46,47%	17,06%	89,88%	61,22%	48,49%	
200		71,00%	29,08%	57,81%	55,22%	55,27%	46,25%	53,71%	61,79%	68,04%	55,73%	44,04%	51,05%	
250		38,90%	4,20%	24,76%	7,60%	29,60%	64,00%	18,40%	47,20%	55,87%	66,67%	35,93%	34,14%	
300		11,09%	59,53%	45,12%	33,56%	48,52%	56,00%		21,89%	40,83%	11,89%	63,08%	46,60%	
350											72,86%	64,71%	67,43%	
400				73,00%		38,00%				100,88%	56,40%	77,46%	68,04%	
450								1,33%					1,33%	
500		2,38%		1,07%	146,60%			29,40%	1,20%			39,04%	16,97%	
600				17,33%					85,17%		69,83%	57,34%	57,40%	
700										49,86%		81,02%	70,63%	
800											3,50%	134,58%	101,81%	
1000						3,10%		56,93%	1,67%	2,18%	5,65%	32,66%	26,86%	
Общий итог	71,83%	80,97%	79,00%	80,01%	86,11%	84,30%	98,14%	85,31%	90,76%	79,37%	88,82%	88,93%	83,40%	

МАТРИЦА ИНДЕКСА ПЛАНИРОВАНИЯ

на основе планируемого числа участников

Матрица – инструмент для программных команд Точек кипения и организаторов мероприятий. Она поможет повысить качество подготовки мероприятия.

Матрица объединяет два ключевых показателя – число участников и продолжительность мероприятия.

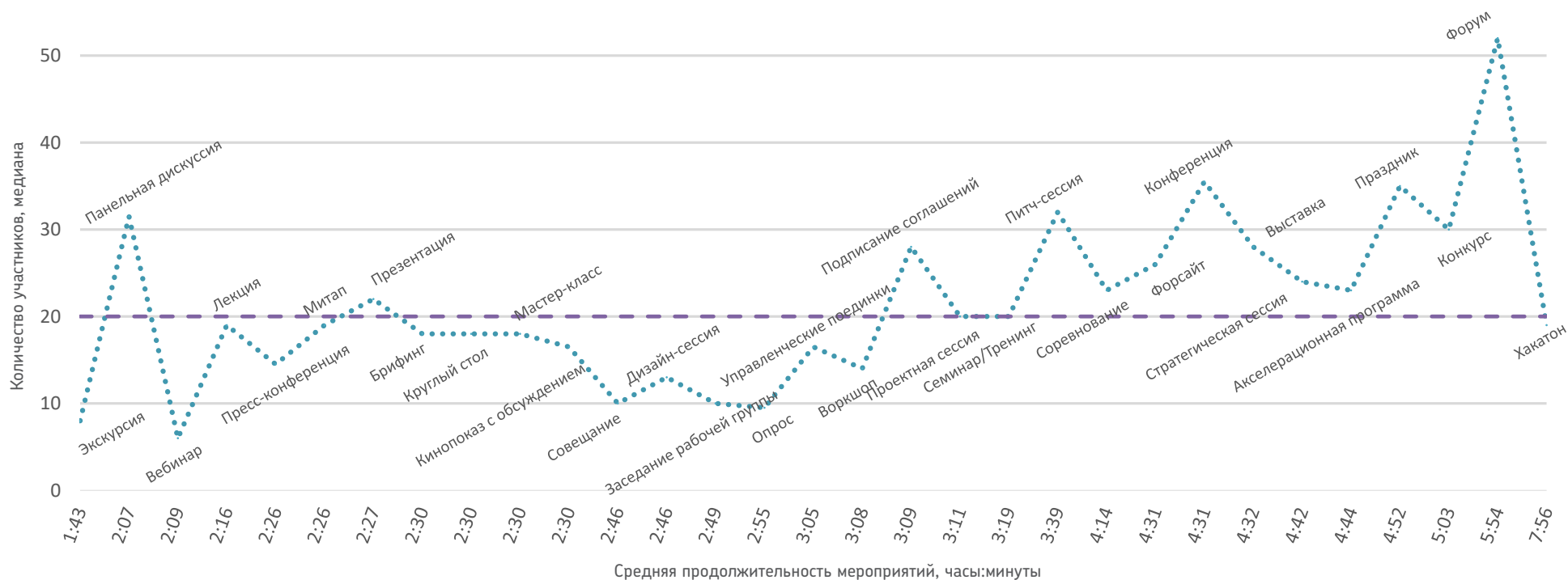
Как читать матрицу? Организатор планируя мероприятие определяет потенциальное число участников и продолжительность. Например, если организатор планирует мероприятие продолжительностью 4 часа и приглашает 100 участников, то может найти значение в матрице на пересечении этих параметров, которое составляет 64,48%.

Это означает, что в среднем по сети в мероприятиях с такими параметрами принимает участие 64 участника из 100 приглашенных. Это означает, что если организатору необходимо собрать 100 участников, рассчитывать пригласительную кампанию надо на 150-160 участников.

*Значения в матрице приведены относительно форматов мероприятий и тематик их проведения. Вместе с тем, Вы можете сравнить значение в ячейке матрицы со значением индекса качества планирования, приведенном в графике для мероприятий конкретного формата.

Например, у мероприятия с числом участников 120 и продолжительность 5 часов, индекс качества планирования организаторов составляет 62,5%. Если мы посмотрим на график с индексом качества планирования для мероприятия формата «Форум», то его значение составляет 66,7%. Таким образом, чтобы фактически в мероприятии формата «Форум» приняли участие 120 участников, необходимо планировать пригласительную кампанию на 180-190 участников.

ЗАВИСИМОСТЬ МЕДИАНЫ КОЛИЧЕСТВА УЧАСТНИКОВ ОТ СРЕДНЕЙ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ (по форматам)

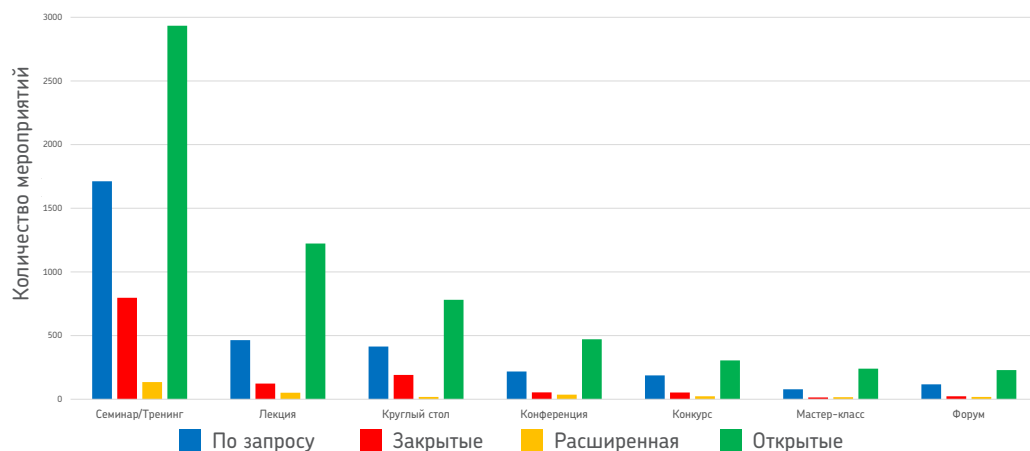


Зависимость количества участников от продолжительности мероприятия

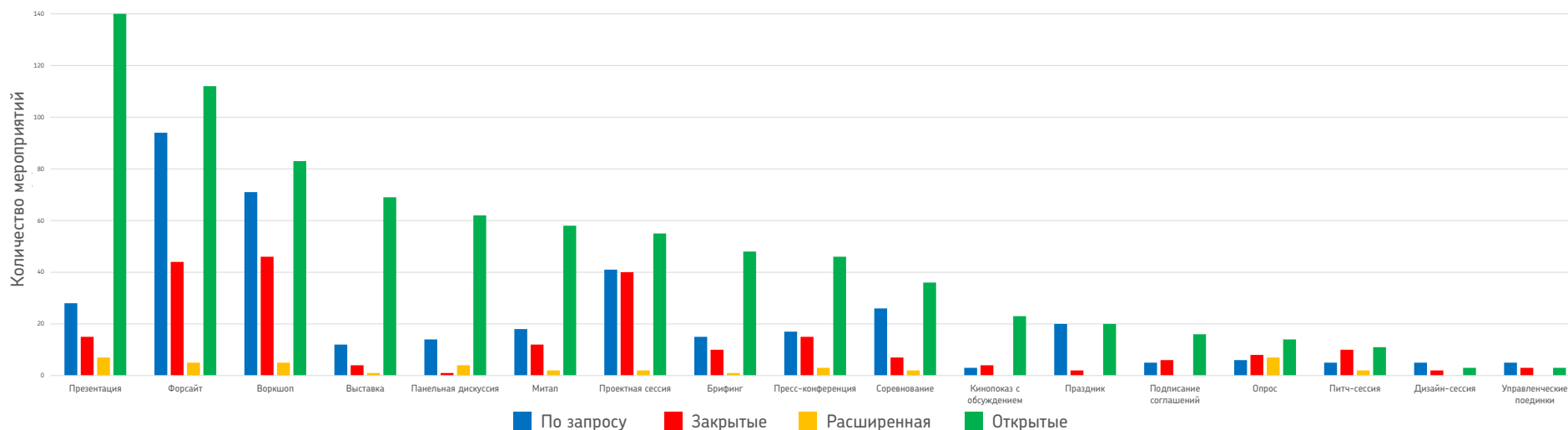
- Характерной зависимости числа участников от продолжительности мероприятия не прослеживается. Это может быть обусловлено спецификой отдельно взятых форматов. Вместе с тем, при продолжительности выше 3-х часов проявляются существенные различия между медианным значением числа участников мероприятий конкретных форматов.
- Можно предположить наличие ниспадающего тренда для группы форматов с меньшей продолжительностью. Это может говорить о неготовности участников выделить продолжительное время для мероприятия. Однако присутствует группа форматов с большим числом участников несмотря на большую продолжительность. Это подтверждает факт влияния специфики таких форматов, как Подписание соглашения, Питч сессия, Конференция, Праздник, Форум.

ДОСТУПНОСТЬ ФОРМАТОВ

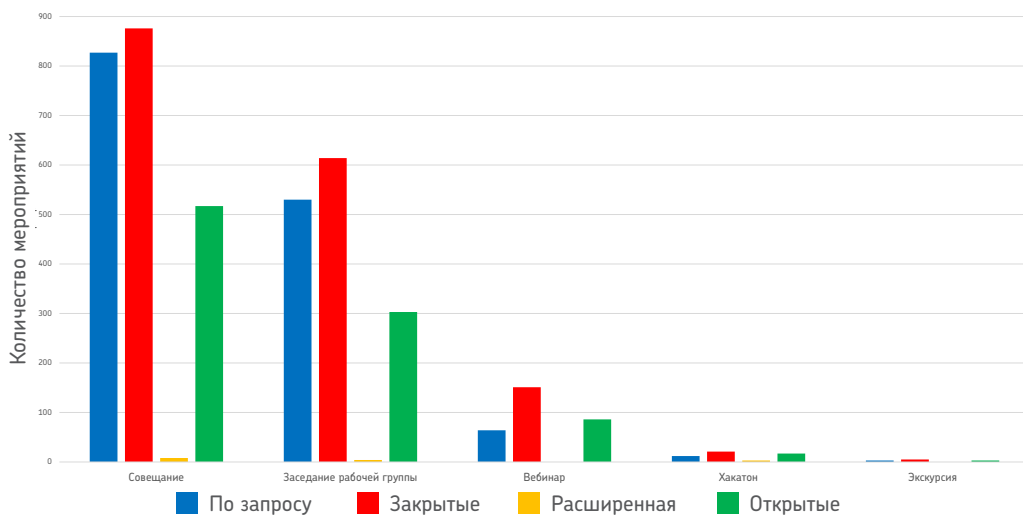
Статистика по доступности форматов мероприятий,
в которых доминирует **открытый формат** (часто используемые форматы - более 340 раз)



Статистика по доступности форматов мероприятий,
в которых доминирует **открытый формат** (редко используемые форматы - менее 340 раз)

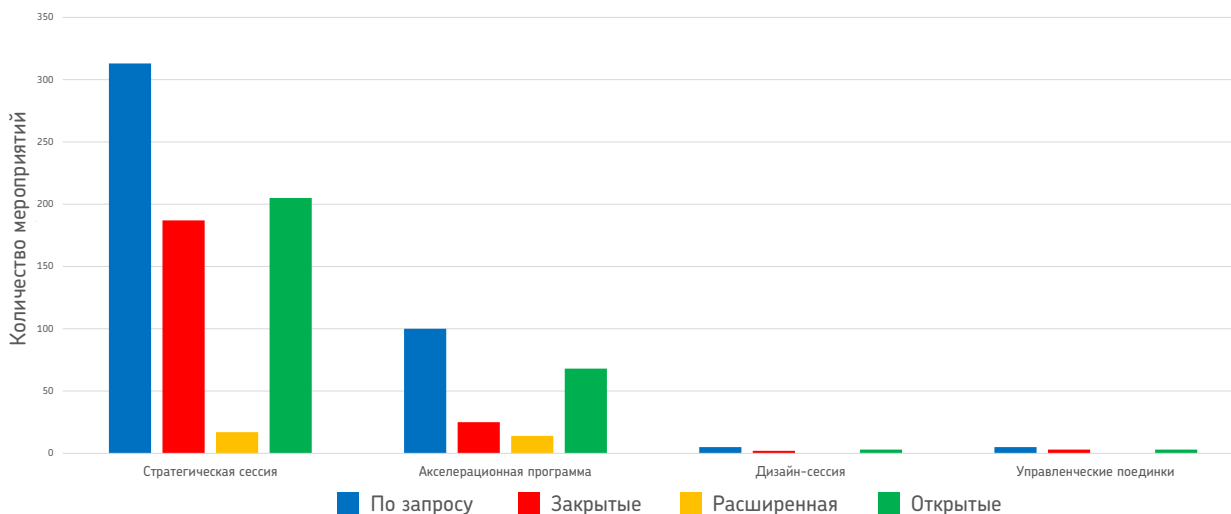


Статистика по доступности форматов мероприятий, в которых доминирует закрытый формат



- Большинство форматов предполагают открытость и свободный набор аудитории.
- Форматы с закрытым режимом участия не совпадают с форматами мероприятий с высоким индексом планирования (кроме формата Экскурсия) несмотря на то, что закрытый формат предполагает формирование списков участников организаторами заранее.
- Есть ряд форматов, в которых доминирует режим доступа «По запросу». Скорее всего, это означает, что чаще всего организаторы мероприятий в данных форматах очень

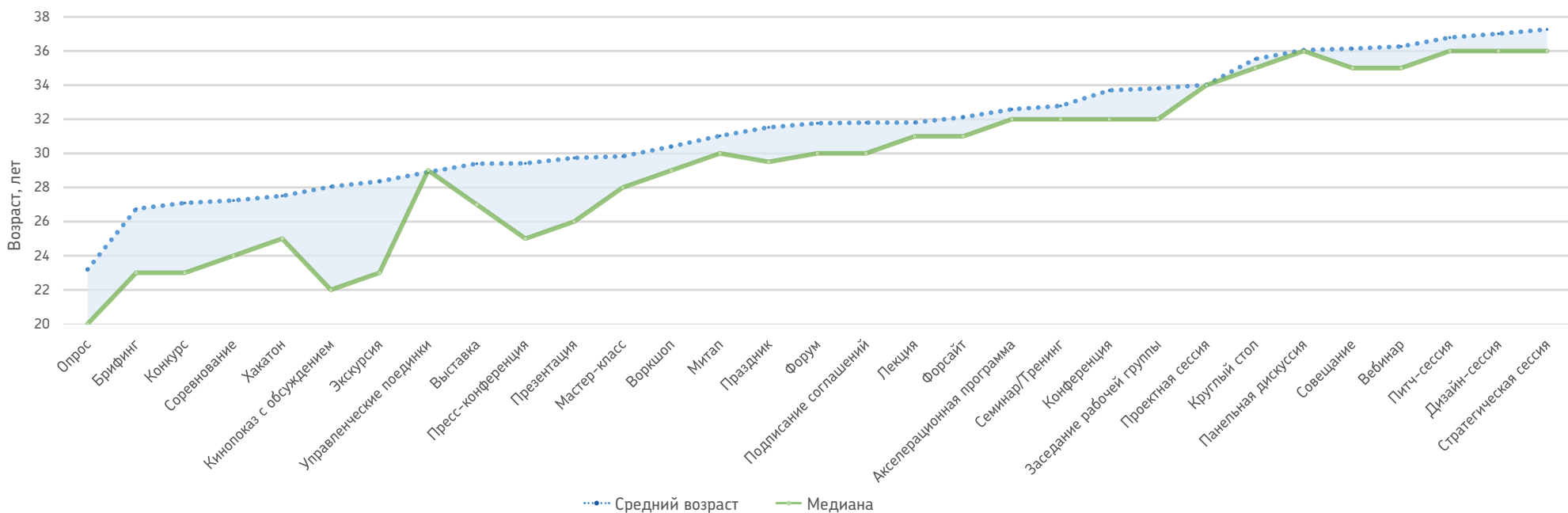
Статистика по доступности форматов мероприятий, в которых доминирует формат «По запросу»



ВОЗРАСТ УЧАСТНИКОВ ПО ФОРМАТАМ

- В целом средний возраст участников мероприятий от 23 до 37 лет. К самым «молодым» (до 30 лет) относятся мероприятия в форматах Конкурс, Опрос, Пресс-конференция, Выставка, Кинопоказ, Мастер-класс, Презентация, Управленческие поединки, Соревнование, Экскурсия, Хакатон.
- На основе медианного значения возраста участников исключены необоснованные выбросы (ошибочные данные в дате рождения на Leader-ID и единичные случаи участия пользователей более зрелого возраста, чем в среднем на мероприятии). Таким образом, перечень «молодых» форматов пополнили Праздник, Брифинг и Воркшоп.
- Разрыв между средним значением и медианой возраста участников означает, что в мероприятиях данных форматов чаще всего случаются выбросы по возрасту, т.е. принимают участие люди более зрелого возраста. И это значит, что данные форматы привлекают более разнообразную по возрасту аудиторию.

Распределение возраста участников по каждому формату

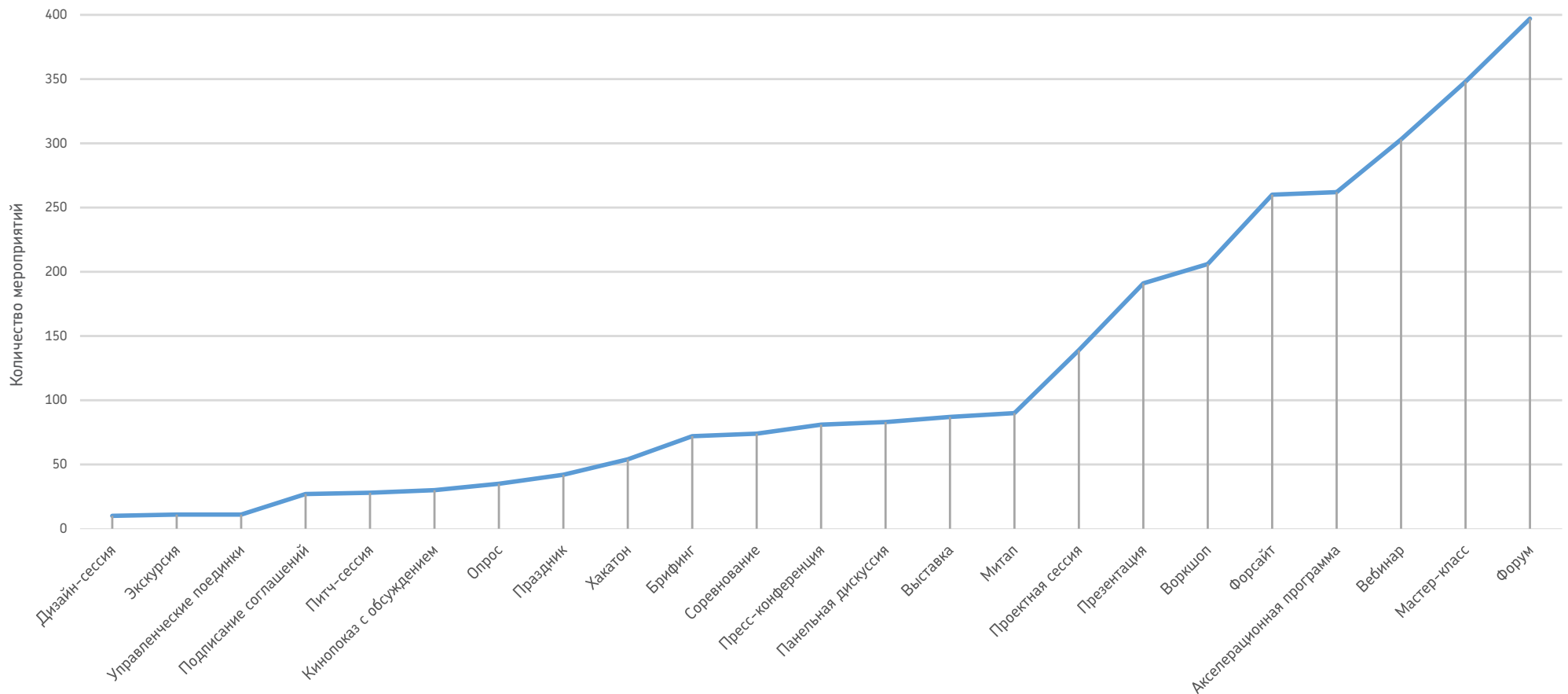


ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМАТОВ

Самые часто используемые форматы:

Конкурс, Стратегическая сессия, Конференция, Круглый стол, Заседание рабочей группы, Лекция, Совещание. С большим отрывом чаще всего организаторы при регистрации мероприятия выбирают формат Семинар/Тренинг. От 10 до 400 раз в сети используются 23 формата.

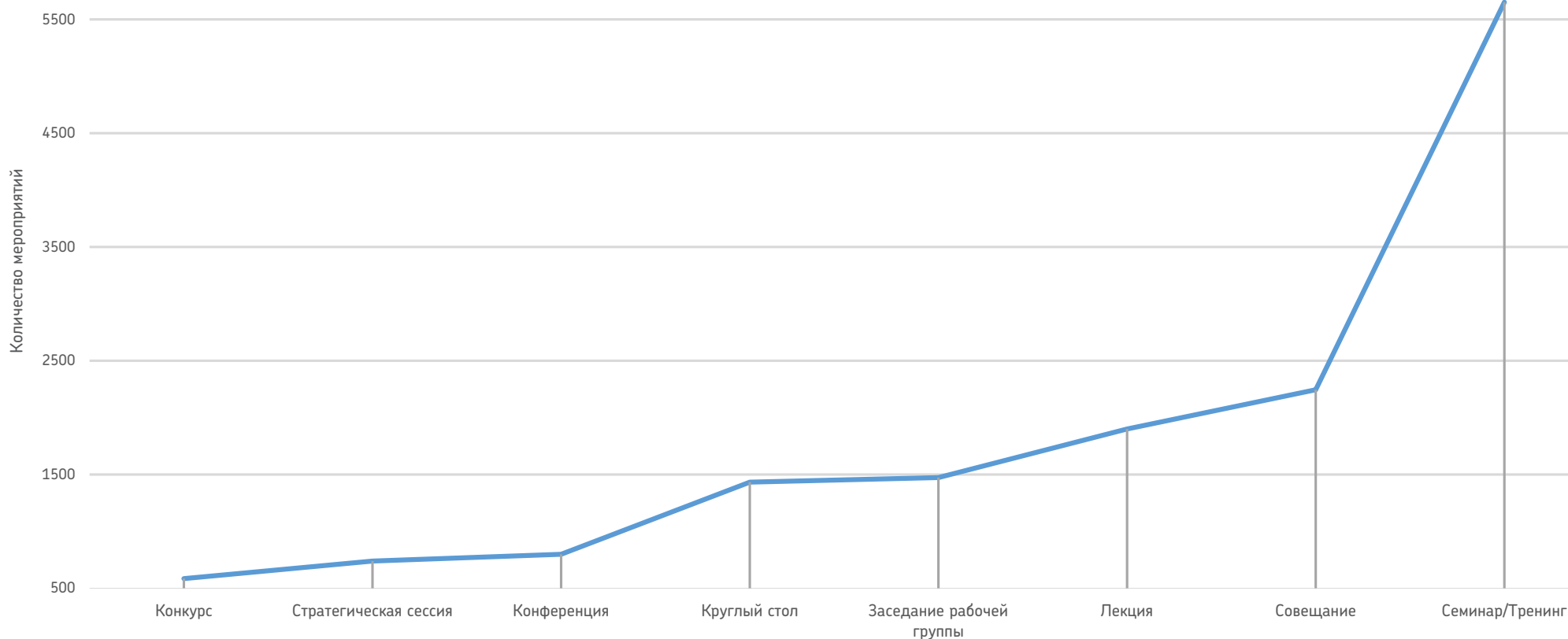
Распределение форматов по частоте использования (до 400 мероприятий)



ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМАТОВ

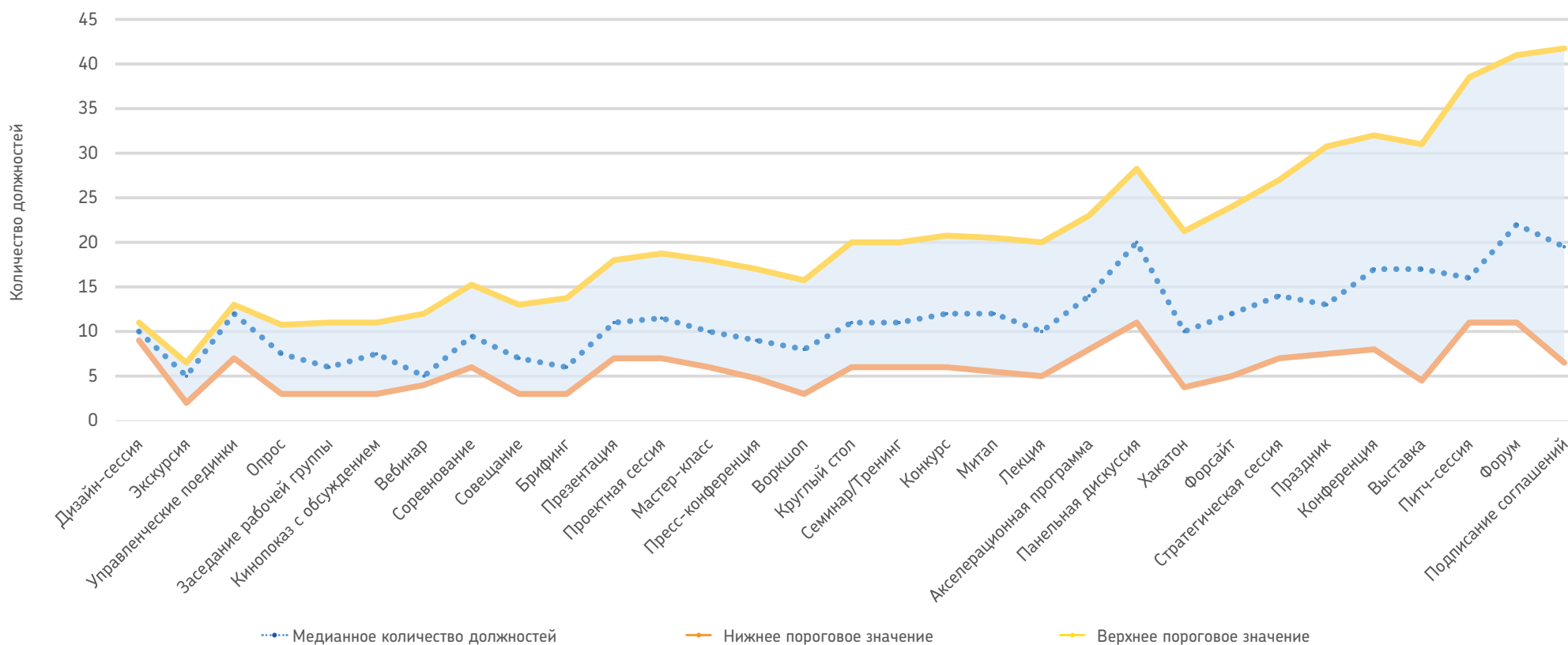
От 585 до 5651 раз в сети используются 8 форматов.

Распределение форматов по частоте использования (более 400 мероприятий)



РАЗНООБРАЗИЕ СПЕЦИАЛИЗАЦИЙ УЧАСТНИКОВ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФОРМАТАМ

- На графике приведен «коридор» качества мероприятия конкретного формата с точки зрения обеспечения разнообразия специализаций (должностей) участников. Более широкий коридор означает большее разнообразие количества специализаций. Например, формат Хакатон, согласно данным с Leader-ID, собирает от 3 до 21 специализаций, а по медианному значению (исключая необоснованные выбросы) – 10 специализаций. Из этого можно сделать вывод, что для соблюдения минимального качества мероприятия необходимо предусмотреть наличие разных специализаций в количестве, попадающем в указанный промежуток.

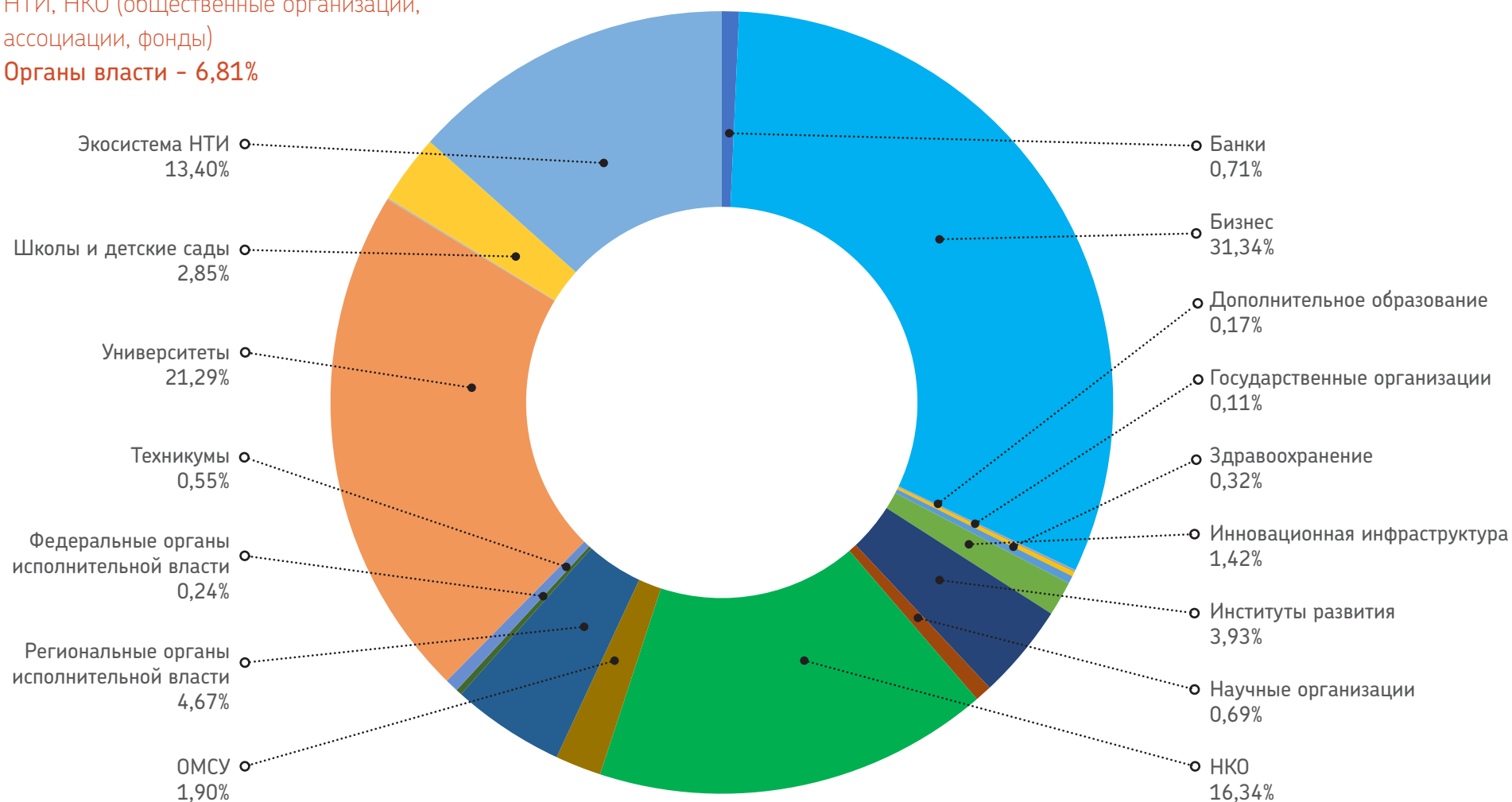


СФЕРЫ ОРГАНИЗАТОРОВ МЕРОПРИЯТИЙ В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ» В РЕГИОНАХ РОССИИ

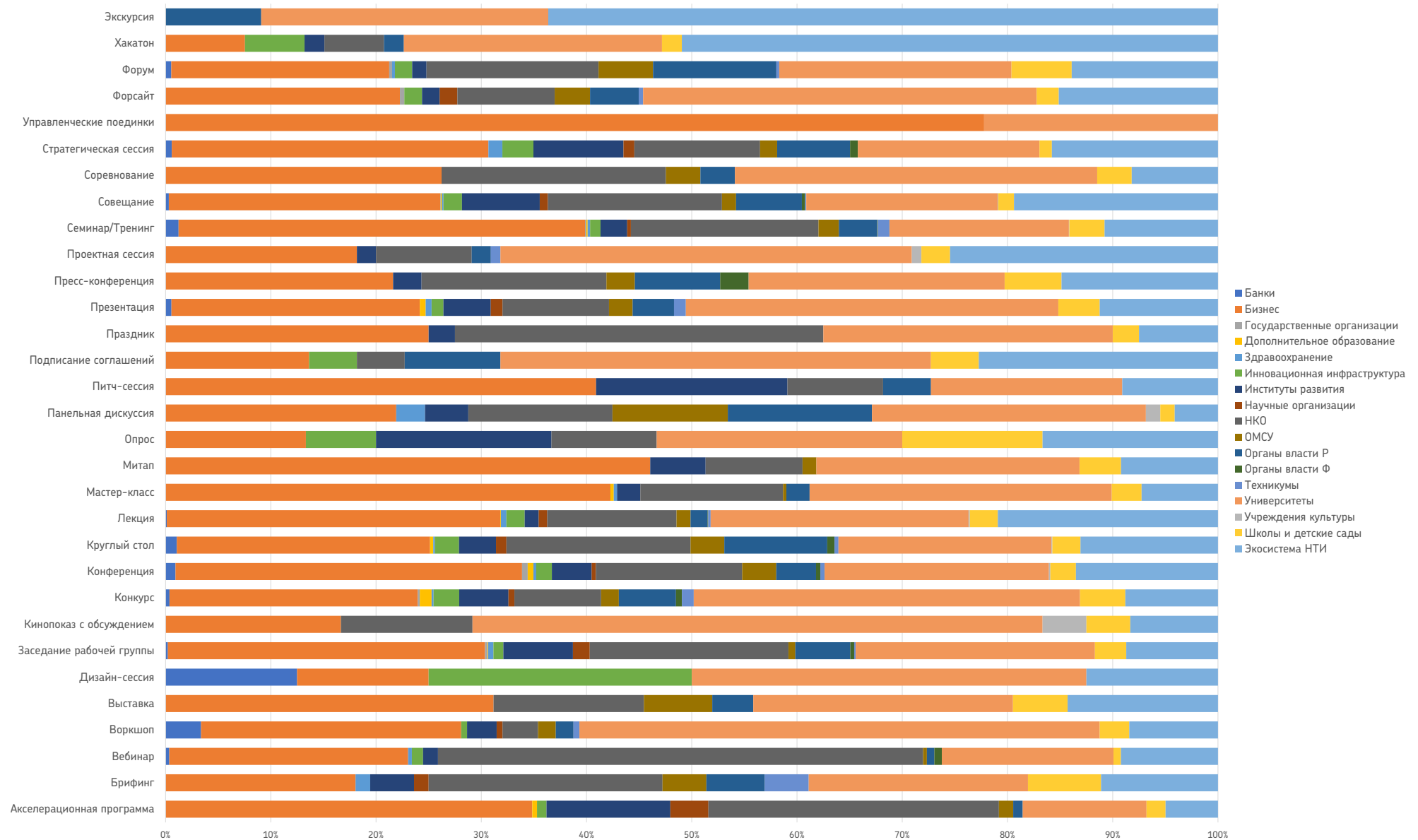
- **Задают повестку (82,37% мероприятий):**

Бизнес, Университеты, Экосистема НТИ, НКО (общественные организации, ассоциации, фонды)

- **Органы власти - 6,81%**



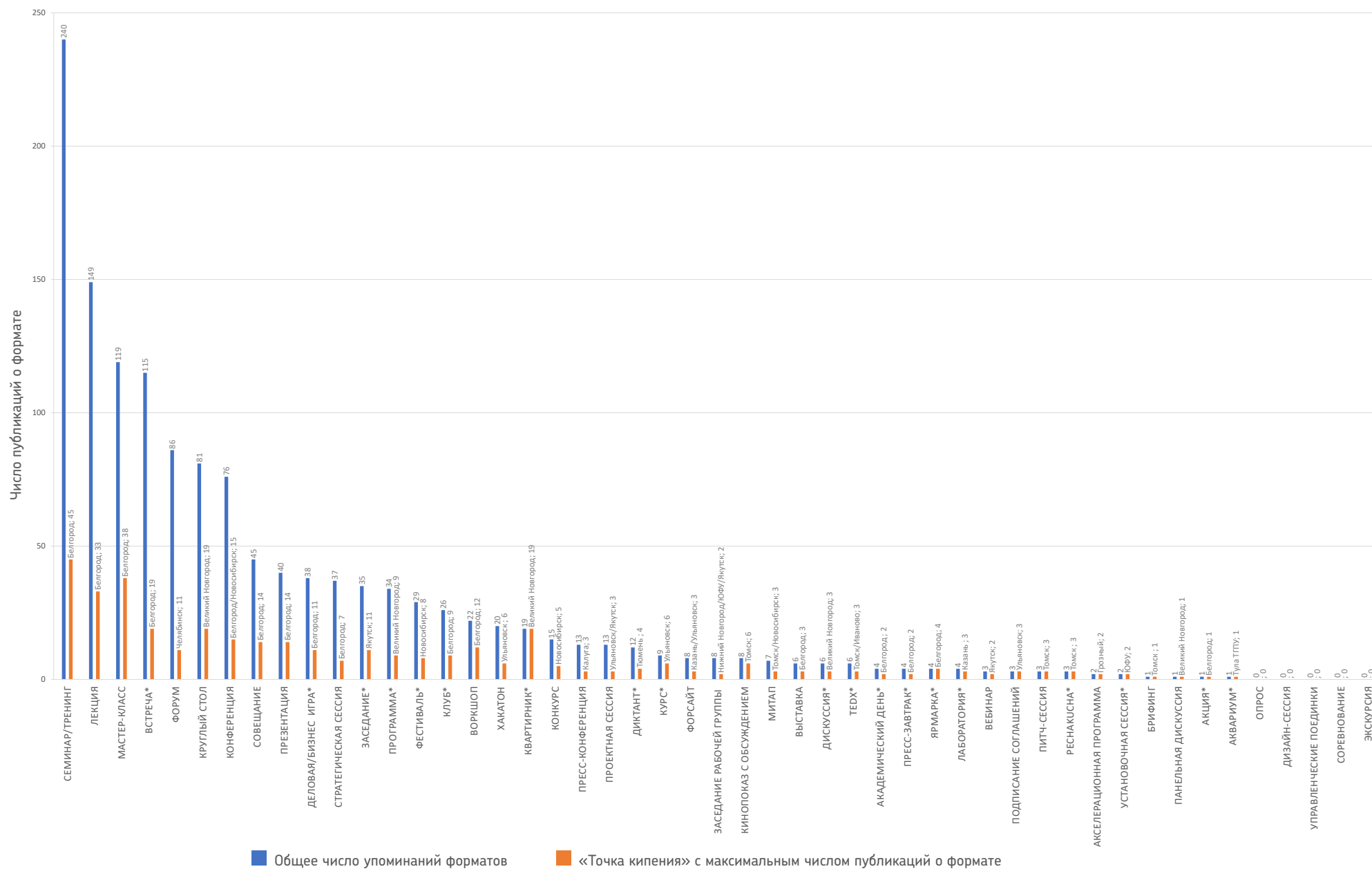
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОРГАНИЗАТОРОВ ПО ФОРМАТАМ



АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ

- Проведен контент-анализ публикаций аккаунтов «Точек кипения» в социальных сетях (Facebook, VK, Instagram) с января по октябрь 2019 года для выявления числа публикаций, содержащих информацию об использовании форматов совместной работы организаторами мероприятий, включая предустановленные форматы из перечня в регистрационной форме мероприятий платформы Leader-ID, а также форматы, которые не входят в приведенные перечень.
- В выборку вошли аккаунты 32 «Точек кипения», в том числе 26 городских: Белгород, Благовещенск, Великий Новгород, Владивосток, Грозный, Екатеринбург, Иваново, Иркутск, Йошкар-Ола, Казань, Калуга, Липецк, Москва, Нальчик, Новосибирск, Обнинск, Петрозаводск, Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург, Томск, Тюмень, Ульяновск, Хабаровск, Челябинск, Чита, Якутск и 6 университетских: Нальчик КБГУ, Омск ОмГТУ, Тула ТГПУ им. Л.Н. Толстого, Череповец ЧГУ, Ярославль ЯрГУ, Ростов-на-Дону ЮФУ.

ЧАСТОТА УПОМИНАНИЯ ФОРМАТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



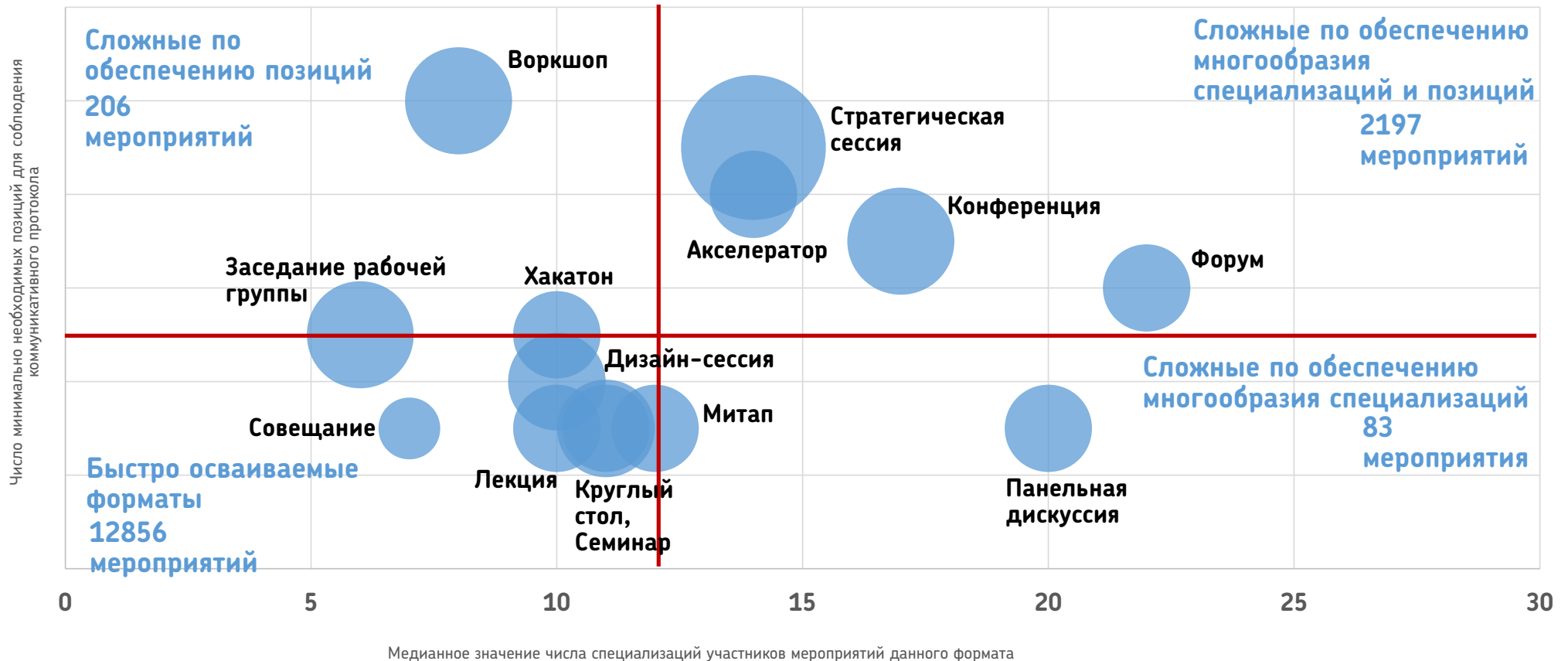
ЧТО ПРОЯВИЛОСЬ

В социальных сетях выявлены упоминания 44 форматов, из которых:

- 25 уже применяются в сети «Точек кипения» и доступны к выбору в регистрационной форме мероприятия платформы Leader-ID: Семинар/Тренинг, Лекция, Мастер-класс, Форум, Круглый стол, Конференция, Совещание, Презентация, Стратегическая сессия, Воркшоп, Хакатон, Конкурс, Пресс-конференция, Проектная сессия, Форсайт, Заседание рабочей группы, Кинопоказ с обсуждением, Митап, Выставка, Вебинар, Подписание соглашений, Питч-сессия, Акселерационная программа, Брифинг, Панельная дискуссия.
- 19 форматов, которые не указаны в регистрационной форме: Встреча, Деловая/бизнес игра, Заседание, Программа, Фестиваль, Клуб, Квартирник, Диктант, Курс, Дискуссия, TEDx, Академический день, Пресс-завтрак, Ярмарка, Лаборатория, PechaKucha, Установочная сессия, Акция, Аквариум.
- При этом отсутствовали упоминания 5 форматов из доступных к выбору в регистрационной форме мероприятия платформы Leader-ID: Опрос, Дизайн-сессия, Управленческие поединки, Соревнование, Экскурсия.
- Максимальное число упоминаний формата в Сети (240) принадлежит формату «Семинар/тренинг».
- В диапазоне 100-150 упоминаний у форматов: Лекция, Мастер-класс и Встреча.
- В диапазоне 50-100 упоминаний: Форум, Круглый стол, Конференция.
- В диапазоне 10-50 упоминаний: Совещание, Презентация, Деловая/бизнес игра, Стратегическая сессия, Заседание, Программа, Фестиваль, Клуб, Воркшоп, Хакатон, Квартирник, Конкурс, Пресс-конференция, Проектная сессия, Диктант.

ОЦЕНКА СЛОЖНОСТИ ФОРМАТОВ: по числу специализаций участников и минимально необходимым позициям для соблюдения коммуникативного протокола

Размер пунсона – число навыков, обрабатываемых/демонстрируемых участниками мероприятий конкретного формата



5.0

Словарь форматов



ФОРМАТЫ, ВЫЯВЛЕННЫЕ ПО ИТОГАМ МОНИТОРИНГА

1. Аквариум (fishbowl conversation)

Дискуссионный формат, который предлагает преимущества небольших групповых обсуждений в условиях многочисленной аудитории.

2. Сессия у костра (campfire sessions)

Формат группового обсуждения, рассчитанный на ограниченное количество участников в условиях неформальной обстановки.

3. Блицдоклады

Серия коротких выступлений продолжительностью 5 минут на крупных дискуссионных площадках.

4. Vof-сессия (birds of a feather)

Неофициальная встреча, в рамках которой участники объединяются по общим профессиональным интересам проводят обсуждения без заранее подготовленной программы.

5. Innovation boot camp

Интенсивный практический семинар продолжительностью несколько дней, направленный на разработку эффективных бизнес-идей и передовых решений посредством самостоятельных командных проектов.

6. Хакатон

Марафон разработчиков, во время которого специалисты из разных областей разработки программного обеспечения (программисты, дизайнеры, менеджеры) сообща работают над решением какой-либо проблемы. Каждый хакатон сфокусирован на определённой области, например, языке программирования, операционной системе, приложении, программном интерфейсе.

6.a Благотворитель- ный хакатон

Мероприятия в формате хакатона, целью которого является развитие благотворительности и решения общественных проблем через обеспечение благотворительным и социально-ориентированным некоммерческим организациям присутствия в интернете.

6.b Образовательный хакатон

Перед хакатоном участники проходят образовательный курс, а по итогам полученные знания проверяются в формате хакатона.

- 7. Дизайн-сессия** Групповая встреча для генерации идей и поиска новых решений с использованием методологии дизайн-мышления (design thinking), в основе которого лежат принципы дизайна, ориентированного на людей (human-centered design).
- 8. Кик-офф встреча (kickoff meeting)** Первая встреча команды проекта с клиентом/заказчиком/спонсором при запуске нового проекта.
- 9. Мировое кафе (worldcafe)** Структурированный разговорный процесс обмена знаний, в ходе которого группы людей за несколькими столами обсуждают заданную тему, имея при этом возможность делегировать нескольких представителей своего стола за другие столы с целью ознакомления хода их дискуссии с помощью «хозяина стола» (tablehost).
- 10. Matchmaking** Формат экспресс-переговоров, предполагающих использование приложений или онлайн-сервисов, которые рекомендуют участников для нетворкинга основываясь на их целях, интересах или компетенциях. Формат пользуется популярностью на крупных выставках, конференциях и форумах.

11. Неконференция (unconference)

Формат встреч, в котором участники сами определяют, что будет происходить на встрече. В названии заложено противопоставление традиционным конференциям, как чему-то очень формальному. Каждый пришедший должен влиять на происходящее, и от каждого можно узнать что-то ценное. Взаимодействие происходит параллельно в нескольких небольших группах, чтобы каждый мог выбрать интересную ему и быть в ней активным.

12. Кайдзен-сессия

Структурированный мозговой штурм, направленный на сплочение работников с целью решения сложных проблем и выработки решений, а также в рамках внедрения бережливых технологий на производстве. Продолжительность таких сессий от одного до нескольких дней. В основе лежит японская технология кайдзен.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТИЗИРОВАННЫЕ ФОРМАТЫ



1. BarCamp (Fishbowl conversation)

Международная сеть конференций, в которых большую часть работы по организации мероприятия берут на себя сами участники. Тематика баркемпов в основном фокусируется на технологиях и интернете. В мероприятии используются разные форматы совместной работы.

2. EdCrunch

Одна из крупнейших в Европе конференций в области новых образовательных технологий. Конференция собирает сообщество разработчиков образовательных сервисов и приложений, преподавателей, методистов, управленцев в образовании, частные фонды, инвесторов и экспериментаторов.

В течение года конференция проводит ряд поддерживающих сообщество тематических мероприятий: региональные конференции, хакатоны, конкурсы онлайн-курсов, выставки и др.

3. Конференция TEDx

Всемирно известный формат конференции TED (technology, entertainment, design), девиз которой «идеи, достойные распространения». TEDx – это мероприятия в стиле TED, которые организуются независимо локальными сообществами по бесплатной лицензии TED. Конференции всегда проводятся как самостоятельные мероприятия. Выступления докладчиков до 18 минут, которые в последующем выкладываются на платформу ted.com и становятся доступными для просмотра всему миру.

4. Pecha Kucha Nights

Неформальные встречи, где творческие люди собираются вместе и делятся своими идеями, работами, мыслями, моментами из жизни в формате pechakucha 20x20 – это простой формат презентации, где вы показываете 20 изображений, каждое по 20 секунд. Изображения переключаются автоматически, и докладчик опирается на изображения на слайдах. Местный организатор заключает бесплатное соглашение на один год с условием проведения не менее 4 «ночей».



- 5. FuckUp Nights** Мировое движение и серия мероприятий, где участники, 3–4 героя, делятся своим неудачным опытом в бизнесе или проектах в форме коротких 7-ми минутных презентаций и 10 слайдов. Возможен один лицензированный организатор в городе.
- 6. Creative Mornings** Это бесплатные утренние лекции, совмещенные с завтраком в уютных творческих пространствах города. Проходят раз в месяц, обычно по пятницам с 8:30 до 10:00. В основе каждой лекции — тема, единая для всех городов-участников. Лекторы creativemornings — профессионалы своего дела, готовые поделиться знаниями и опытом. Лицензионное соглашение с одним городским организатором на 12 месяцев.
- 7. Science Slam** Международный проект популяризации науки, который проходит в формате битвы молодых учёных на сцене бара или ночного клуба, где они рассказывают о главных научных идеях современности и собственных научных исследованиях. У каждого слэмера есть только 10 минут, чтобы доходчиво, интересно и остроумно рассказать о своих научных достижениях в неформальной обстановке. Победителя выбирают аплодисментами, вручая переходящий символический приз — боксерские перчатки.
- 8. Behance Portfolio Review** Серия дизайн-мероприятий, охватывающих сотни городов по всему миру, проходящие под эгидой behance и adobe. Участники-дизайнеры презентуют свои работы с сайта behance, подробно рассказывают о задаче и реализации проекта. Эксперты, представители digital-индустрии, оценивают работы, дают обратную связь и делятся советами. А после выбирают лучшие работы и награждают победителей. Также в рамках мероприятия проходят лекции экспертов и закрытые ревью – консультации с экспертами.



ФОРМАТЫ СЕТИ

1. Конференция

Публичная коммуникация подготовленной аудитории, организованный обмен мнениями по избранным темам и в соответствии с установленным регламентом (правилами и процедурами) публичной коммуникации. В поддержку собственной позиции выступающий может использовать видео и аудио ряды.

2. Семинар/тренинг

Локальная коммуникация, организованное управляемое активное действие, обеспечивающее устойчивость выбранных к развитию индивидуальных или групповых навыков. Повышает продуктивность деятельностных практик.

3. Тренинг

Интенсивная форма обучения, в ходе которой основной упор делается на приобретении практических навыков.



4. Круглый стол

Наблюдаемая заключительная фаза или полная лонгитюдная соревновательная коммуникация по заранее определенным правилам и предмету с привлечением экспертной группы для установления наиболее выдающегося (по мнению жюри) способа реализации условий состязания.

5. Совещание


Публичная коммуникация, собрание для согласования позиций участников по выбранному вопросу; форма организации делового общения коллектива (группы) с целью обмена информацией и принятия коллективного решения по актуальным для данного коллектива (группы) проблемам.

6. Форум

Способ организации активной публичной коммуникации по крупному и сложному поводу с изложением мнения в избираемой участником форме.

7. Конкурс

Наблюдаемая заключительная фаза или полная лонгитюдная соревновательная коммуникация по заранее определенным правилам и предмету с привлечением экспертной группы для установления наиболее выдающегося (по мнению жюри) способа реализации условий состязания.



8. Лекция

Ролевая публичная коммуникация вида «докладчик – слушатели», род публичного доклада с использованием множественных механизмов восприятия публикой излагаемого по заранее установленной теме или заранее презентованной персоной – докладчиком. Допускает непосредственную коммуникацию докладчика со слушателем через вопрос–ответ.

9. Заседание рабочей группы

Многопрофильная/разносторонняя коммуникация по определенному заранее предмету держателей интереса/участников с функционально отличающимися компетенциями для всестороннего учета особенностей предмета обсуждения. Способ принятия коллективной ответственности за ход и результаты проектируемого процесса/действия.

10. Стратегическая сессия

Режиссированная публичная коммуникация с практическим применением технологий «живого моделирования» реальной деятельности, обеспечивающая срочное «глубокое погружение» в предмет взаимодействия.

«Классическая» сессия стратегического планирования предполагает три шага. Первый шаг – проявление позиций разных стейкхолдеров по отношению к стратегическому развитию, например, региона, университета, города, компании, выявление ключевых проблем. Второй шаг – фиксация развилок выбора – «проигрывание» разных сценариев трансформации позиций стейкхолдеров в условиях меняющейся стратегии. Третий шаг – формулирование базового сценария реализации стратегии.

11. Воркшоп

Коллективное действие с распределением функций/ролей для прототипирования последующих совместных практик участников. Формат воркшопов предполагает коллективное решение сложных практических задач с образовательными элементами под руководством ведущих российских и зарубежных экспертов в области развития цифровых технологий, образования, социально-экономической трансформации общества, модернизации традиционных отраслей промышленности и формирования новых отраслей и рынков.

12. Управленческий поединок

Интеллектуальное публичное единоборство двух игроков, где каждый стремится показать своё мастерство в решении заданной конфликтной управленческой ситуации, выступая в разных ролях. Мало только добиться результата — желательно сохранить отношения и остаться положительным героем. По окончании поединка судьи выносят решение о преимуществах, удачных ходах и ошибках того или другого участника, наблюдая за их действиями во время поединка, и кратко объясняют свой выбор. Участники имеют возможность учиться на комментариях судей.

13. Форсайт

Технология долгосрочного прогнозирования и проектирования, основанная на опросах экспертов. Специальный формат групповой работы позволяет участникам договориться о желаемом образе будущего и согласовать свои действия в его контексте, а также разработать проекты, позволяющие достигнуть его.

14. Опрос

Метод сбора первичной информации для выяснения мнения сообщества по тем или иным вопросам. По итогам опроса могут быть изменены или отменены существующие либо приняты новые правила и руководства.

15. Вебинар

Разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через интернет.

16. Подписание соглашений

Формат позволяет публично зафиксировать сотрудничество компаний и организаций. Обычно проводится как церемония и предполагает участие первых лиц. Формат требует тщательной юридической и протоколно-организационной подготовки. Часто после церемонии подписанты переходят на короткий пресс-подход, на котором они могут получить «свежий» комментарий первого лица.

17.Пресс-конференция Мероприятие для СМИ, мероприятие для журналистов, на котором представляют новые проекты, сообщают об общественно значимых событиях, заявляют точку зрения на актуальную тему. Пресс-конференция характеризуется возможностью получения информации из первых рук, проверки сведений и уточнения информации. Если тема пресс-конференции действительно носит важный для общества характер, на нее может прийти несколько десятков журналистов, что гарантирует большой поток публикаций.

18.Брифинг Аналог пресс-конференции, отличающийся от нее тем, что обычно посвящен одному вопросу, новости, событию, и длится не более получаса. Часто ответы на вопросы журналистов не предусмотрены.

19.Выставка Формат демонстрации технологических достижений, который обеспечивает интерактивное взаимодействие трех целевых аудиторий: инвесторов, разработчиков и потребителей. Выставка также становится пространством активного нетворкинга и переговоров.

20.Пресс-завтрак/пресс-ланч Используется для узкого круга журналистов из ключевых изданий. В качестве ньюсмейкера, чаще всего, выступает первое лицо организации. Приглашенные журналисты имеют редкую возможность лично общаться с руководителем в неформальной обстановке. Полученная таким образом информация является эксклюзивной, что очень важно для любого СМИ. К тому же журналисту польстит, что он попал в круг избранных, что укрепит дружеские связи компании с важным для нее изданием.

21.Презентация Формат представления возможностей компании, продукта или сервисов для формирования положительного образа и облегчения процесса восприятия информации о компании/продукте/сервисе с помощью запоминающихся образов. На презентации важна интерактивность пространства и непосредственная яркая демонстрация.

22.Митап Неформальные встречи, где каждый может рассказать о том, что его интересует, найти единомышленников, проверить и применить свою креативность в компании интересных людей

23. Панельная дискуссия	Формат открытого группового обсуждения, который предполагает выступление нескольких экспертов, как правило, представляющих разные точки зрения в рамках заданной темы обсуждения, а также получение ответов с их стороны на вопросы от аудитории	27. Дизайн-сессия	Формат по разработке инновационных идей для решения сложных проблем, в основе которого лежит творческий подход и ориентирование на человеческие потребности
24. Кинопоказ с обсуждением	Просмотр фильмов (научных, документальных) с последующим обсуждением со специально приглашенными экспертами/создателями фильма в формате представления профессиональной позиции по отношению к поднимаемой в фильме теме и сессии «вопрос-ответ» с участниками мероприятия	28. Питч-сессия	Серия коротких структурированных выступлений молодых предпринимателей с целью презентации и продажи идеи/проекта/стартапа и т.д. Как правило, питч-сессии организуются для инвесторов, потенциальных спонсоров, партнеров, клиентов и т.д.
25. Мастер-класс	Обучающий/демонстрационный формат, направленный на получение и отработку практических навыков и проводимый признанным специалистом в конкретной области	29. Соревнование	Поиск и выявление лучших идей/решений/проектов в конкретной сфере деятельности
26. Проектная сессия	Особый интенсивный тип производственного совещания, который, используя специальные методы предметной работы с проектами (и создавая при этом огромную нагрузку на всех участников) позволяет за несколько дней работы продвинуть проект вперед на несколько месяцев или даже лет.	30. Экскурсия	Краткосрочное посещение организации с целью ознакомления и изучения имеющегося технологического оборудования, направлений деятельности, опыта работы и т.д.
		31. Акселерационная программа	Социальный институт поддержки стартапов. Включает в себя как учреждения, так и организованные ими программы интенсивного развития компаний через менторство, обучение, финансовую и экспертную поддержку. Бизнес-акселератор также может поддерживать стартапы в онлайн бизнесе.

32. Академический день	<p>Однодневное событие для подростков 10-17 лет, развивающее навыки ориентирования в потоке разноформатных занятий, а главное – навык выбора того, что действительно интересно и нужно учащемуся.</p> <p>Разделение академического дня на 2 блока: с 10.00 до 13.00 – Для детей от 10 до 13 лет, с 14.00 до 17.00 – Для подростков от 14 до 17 лет.</p>	36. Установочная сессия	<p>Формат работы, направленный на обсуждение актуальных вопросов по заданной тематике и носящий установочный характер с целью дальнейшего запуска работ</p>
33. Ярмарка	<p>Открытый формат стендовой и очной презентации идей/проектов/компаний. Направленный на поиск и привлечение потенциальных инвесторов/партнеров/новых участников</p>	37. Диктант	<p>Образовательный и просветительский формат, направленный на проверку грамотности в выбранной области знаний (тотальный диктант, географический диктант, большой этнографический диктант, всероссийский экономический диктант и др.)</p>
34. Бизнес-игра (бизнес-симуляция)	<p>Интерактивная структурированная учебная деятельность со специально созданными условиями, целью которой является воспроизведение условий работы в успешном бизнесе. Формат позволяет участникам погрузиться в непривычную обстановку и найти ресурсы для личного развития и развития бизнеса.</p>	38. Открытая защита студентов	<p>«Городская» защита студентов выпускных квалификационных работ, научных исследований или стартапов по общественно значимым направлениям подготовки, например: дизайн, архитектура, социальные науки и т.д. На открытых защитах горожане могут также задавать вопросы докладчикам от лица потребителя.</p>
35. Квартирник	<p>Неформальная встреча с приглашенным (-и) гостем (-ями) в уютной, дружественной атмосфере</p>		

АВТОРСКИЕ ФОРМАТЫ СЕТИ

1. Честный четверг в «точке»

Формат открытого диалога/отчета представителей региональных и городских органов власти перед жителями региона.

Формат инициирован губернатором рязанской области и программной дирекцией «точки кипения - рязань».

2. «Чистый четверг»

Формат инициирован движением VAN&GOG в «точке кипения - томск», поднимает темы, связанные с продвижением осознанного подхода к здоровью, телу, к окружающей среде

3. Кипятильник

Шестичасовая сессия и первый этап очного знакомства лидеров проектов с сотрудниками, экспертами и партнерами, а также методикой поддержки проектов агентства стратегических инициатив.

В программу сессии могут быть встроены тематические мастер-классы, актуальные для приглашенных лидеров и проектных команд (на основе предварительной заявки).

Формат инициирован агентством стратегических инициатив.

4. Лаборатория развития сети «точек кипения»

Формат совместной работы для представителей сети «точек кипения» и направленный на выстраивание сотрудничества в сети, формирование стратегии развития, запуску общих проектов, развитию ключевых компетенций команд.

Формат инициирован агентством стратегических инициатив.

ФОРМАТЫ, ВЫЯВЛЕННЫЕ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ

1. Art-резиденция

Площадка технологического искусства, где специалисты творческих профессий совместно с инженерами, исследователями обмениваются опытом и вместе создают новые проекты. Современные арт-резиденции в центрах искусства и корпорациях применяются для тестирования технологий, развития инновационного мышления. Продолжительность работы команды арт-резиденции – от двух недель и дольше.

2. «Learning labs»

Интенсивные семинары с участием приглашенных международных и российских экспертов, проводимые в целях совершенствования профессиональных навыков, изучения отрасли и создания коллективного конечного продукта.

Как правило, продолжительность работы одной learninglab – от нескольких дней до нескольких недель.

Формат подходит для технологических точек кипения, университетских точек кипения, расположенных в непосредственной близости от профильных лабораторий и центров, для городских точек кипения, расположенных в непосредственной близости от детского технопарка «кванториум» или центров технологического творчества, центров опережающей профессиональной подготовки и т.д.

- 3. Стресс-форсайт** Разновидность форсайта, в ходе которого перед участниками «выкладываются» определенные проблемы развития рынка и вместе с ними составляется список стресс-факторов, которые могут повлиять на развитие конкретной компании или отрасли в целом. Участники должны выявить те факторы, которые могут оказать сильное негативное влияние на состояние компании, оценить риски реализации этих факторов и последствия для компании.
- 4. Сессия стратегического планирования** Формат групповой работы, конечной целью которого является выявление позиции стейкхолдеров в процессе формирования стратегии, проигрывание разных сценариев трансформации этих позиций в условиях меняющейся стратегии (фиксация развилки выбора) и формирование целевого сценария.
- 5. Assessment-сессия или сессия ситуационного анализа** Формат групповой работы, направленный на оценку текущей ситуации по конкретному вопросу с целью дальнейшего принятия и реализации управленческого решения.
- 6. Учебная фабрика** Близкие к производственному процессу обучающие мероприятия на специализированном оборудовании, расположенном в академических учреждениях и/или компаниях, направленные на развитие теоретических и практических знаний обучающихся в реальной производственной среде.
- 7. Технологический онлайн конкурс** Формат соревнований, проводимый на специализированной онлайн платформе (например, sberbank data science journey)
- 8. Скаутинг** Инструмент, позволяющий компании-заказчику найти на рынке новые стартапы, технологические/инновационные решения и проекты, провести отбор с целью дальнейшего партнерского взаимодействия.
- 9. Экспертная труба** Формат индивидуальных встреч (продолжительностью не более 15 минут) молодых предпринимателей с приглашенными экспертами с целью презентации своего проекта и получения обратной связи.

- 10. Спид-дейтинг** Форма установления новых контактов, поиска потенциальных партнеров/клиентов, в основе которой лежит экспресс-знакомство продолжительностью 3-5 минут с последующим переходом к другому участнику встречи. Мероприятие рассчитано на 20-30 человек
- 11. Мейкертон** Многочасовой проектный марафон, включающий в себя серию образовательных мероприятий с последующим применением в практической деятельности по разработке/сборке программного обеспечения/устройства для создания рабочего прототипа в рамках заданной темы мероприятия.
- 12. Хардатон** Разновидность хакатона, в основе которого лежит создание рабочего прототипа устройства в рамках заданной темы мероприятия.
- 13. Бизнес-кейс** Комплексный метод обучения, направленный на командную работу и поиск решения реальной бизнес-задачи с использованием теоретических знаний, финансовых и математических расчетов и т.д.
- 14. Design lab** Формат группового обсуждения актуальных управленческих проблем и инструментов их решения, используемый для работы органов государственной власти
- 15. Школа ключевых исследователей (школа рі)** Образовательный формат, направленный на подготовку лидеров в сфере исследований и разработок национального и глобального уровня. Первая в России школа ключевых исследователей прошла в г.Томске при совместном участии администрации томской области, томских научных организаций и университетов и фонда «центр стратегических разработок «северо-запад».
- 16. Фейл-конференция** Формат публичного мероприятия (конференция), основу которого составляют выступления приглашенных спикеров о совершенных ошибках, неудачах и принятых неверных решениях в профессиональной деятельности.
- 17. Сессия планирования** Групповая работа, ориентированная на разработку плана реализации проекта на следующий квартал/реализации стратегии на следующие два года.

Куда идем дальше?



КУДА ИДЕМ ДАЛЬШЕ?

Задача Атласа – привлечь внимание к форматам (коммуникативным протоколам), которыми мы пользуемся, чтобы сделать время пользователя в «Точке кипения» и Экосистеме НТИ максимально эффективным и результативным.

Работа с форматами в сети «Точек кипения» может быть ориентирована на решение пяти стратегических задач.

Первая задача – это проектирование командами Точек кипения и организаторами мероприятий мультиформатных цепочек мероприятий, которые позволят:

- повышать возвратность пользователей;
- повышать качество работы с действующими пользователями сети;
- повышать ценность связей между пользователями сети;
- создавать долгосрочные отношения с пользователями и получать от них отдачу в виде новых инициатив.

Вторая задача – это создание форматов, позволяющих сближать/смешивать разные среды, например «Точки кипения» и университетской лаборатории, «Точки кипения» и цеха (фаблаба), «Точки кипения» и Центра опережающей профессиональной подготовки, «Точки кипения» и Кванториума. Такой микс позволит получать пользователям не только коммуникативные результаты, например, выравнивание понимания или видения будущего, но и отрабатывать навыки работы с материальными объектами, обсуждать процессы создания новых вещей.

Третья задача – это введение форматов для быстрого освоения навыков, а также образовательных программ, которые могут быть реализованы в «Точке кипения» как нейтральном пространстве и собрать пользователей из разных организаций и сфер деятельности.

Четвертая задача – это культивирование форматов, создающих спрос на мышление и коммуникативную адекватность. Форматы в «Точках кипения» должны давать возможность работать в условиях многообразия точек зрения.

Пятая задача – построить прогнозные модели по каждому формату на основе анализа данных платформы Leader-ID, создать рекомендательные алгоритмы, которые позволят связать разных пользователей и помочь им совместно создать ценность.

Атлас – это постоянно обновляемая версия описания форматов. Каждый формат может дополняться разными типами мероприятий, отражая многообразие практик и задач, решаемых сетью.



АТЛАС ФОРМАТОВ СОВМЕСТНОЙ РАБОТЫ
ВЕРСИЯ 0.1

ДЛЯ СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ» В РЕГИОНАХ РОССИИ