

**Методические рекомендации
участникам конкурсного отбора
мероприятий обучающихся,
объединений обучающихся и команд
обучающихся Университета ИТМО в
2020 году**

г. Санкт-Петербург
2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. КОНКУРСНЫЙ ОТБОР МЕРОПРИЯТИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ, ОБЪЕДИНЕНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И КОМАНД ОБУЧАЮЩИХСЯ УНИВЕРСИТЕТА ИТМО В 2020 ГОДУ	3
2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЗАПОЛНЕНИЮ ЗАЯВОК В ИСУ УНИВЕРСИТЕТА ИТМО НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСНОМ ОТБОРЕ	8
2.1. Заявка на участие в конкурсном отборе мероприятий обучающихся и команд обучающихся Университета ИТМО	8
2.2. Заявка на участие в конкурсном отборе объединений обучающихся Университета ИТМО	13
3. ДЕТАЛИЗИРОВАННАЯ СМЕТА РАСХОДОВ	17
3.1. Общее представление о смете расходов	17
3.2. Финансовые позиции расходов, которые рекомендуется осуществлять за счет средств гранта	17
3.3. Финансовые позиции расходов, которые запрещено осуществлять за счет средств гранта	19
3.4. Общие рекомендации по составлению сметы	19
3.5. Пример заполнения сметы	20
3.6. Коммерческое предложение в гранте: вопросы и ответы	23

1. КОНКУРСНЫЙ ОТБОР МЕРОПРИЯТИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ, ОБЪЕДИНЕНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И КОМАНД ОБУЧАЮЩИХСЯ УНИВЕРСИТЕТА ИТМО В 2020 ГОДУ

Победителям Конкурса предоставляются гранты. Конкурс проводится Советом обучающихся (далее — ИТМО.Students) при поддержке Департамента молодежной политики.

Нормативные акты, регламентирующие порядок проведения Конкурса:

1. Положение о конкурсном отборе мероприятий обучающихся, объединений обучающихся и команд обучающихся Университета ИТМО (версия 4.1).

Цель Конкурса: выявление и поддержка лучших проектов обучающихся Университета ИТМО по направлениям государственной молодежной политики.

Кто может быть участником Конкурса: обучающиеся, объединения обучающихся (далее - Студенческий клуб) или другие проектные команды, все члены которой являются обучающимися Университета ИТМО на момент подачи заявки и до окончания периода реализации подаваемого на Конкурс Мероприятия и объединения обучающихся.

Направления Конкурса:

Студенческие инициативы

- развитие студенческих клубов
- студенческое самоуправление
- студенческие отряды

Добровольчество

- экологическое волонтерство
- событийное волонтерство
- инклюзивное добровольчество
- культурно-просветительское волонтерство
- патриотическое волонтерство
- медицинское волонтерство

- волонтерство в чрезвычайных ситуациях

Развитие социальных лифтов

- мероприятия, направленные на развитие Soft-Skills навыков
- содействие в трудоустройстве
- профориентация молодежи

Инициативы творческой молодежи

- архитектура, дизайн, урбанистика
- литература и история
- театр и кино
- музыка и хореография
- художественное творчество

Патриотическое воспитание

- гражданско-патриотическое воспитание молодежи
- сохранение традиционной культуры и ремесел народов страны
- сохранение исторической памяти
- поисковые движения

Спорт, ЗОЖ, туризм

- продвижение здорового образа жизни в молодежной среде
- развитие физической культуры и спорта
- развитие внутреннего молодежного туризма и краеведения

Профилактика негативных проявлений в молодежной среде и межнациональное взаимодействие

- содействие укреплению межконфессионального и межнационального согласия в молодежной среде
- поддержка молодежи, находящейся в трудной жизненной ситуации
- противодействие курению, алкоголизму, наркомании в молодежной среде
- профилактика и противодействие экстремизму

Укрепление семейных ценностей

- семейные ценности среди молодежи
- поддержка и развитие семейных мероприятий
- развитие клубного семейного движения

Молодёжные медиа

- создание и проведение Медиа Школ, в том числе для начинающих блогеров и видеоблогеров;
- создание и развитие молодежных СМИ;
- развитие молодежных новостных и образовательных блогов;

- проведение мероприятий для специалистов сферы медиа;
- создание теле/радиопередач и каналов.

Номинации Конкурса

1. Мероприятие (финансирование до 50 000 рублей).
2. Мероприятие PRO (финансирование от 50 000 до 100 000 рублей).
3. Деятельность объединения обучающихся (студенческого клуба) (финансирование до 20 000 рублей).

ВНИМАНИЕ! Один участник вправе представить не более одной заявки на участие в Конкурсе.

Критерии оценки

Представленные на Конкурс проекты оцениваются конкурсной комиссией исходя из критериев в соответствии с номинациями:

Мероприятия

- актуальность реализации целевой аудитории Университета ИТМО;
- проработанность плана мероприятия;
- реалистичность бюджета;
- публичность мероприятия.

Мероприятия PRO

- актуальность реализации целевой аудитории Университета ИТМО;
- проработанность плана мероприятия;
- реалистичность бюджета;
- публичность мероприятия;
- собственный вклад и дополнительные ресурсы, привлекаемые на реализацию мероприятия.

Объединение обучающихся (студенческий клуб)

- динамика развития объединения;
- проработанность плана действий в рамках деятельности;
- реалистичность бюджета;
- медийность объединения обучающихся;

Алгоритм участия в Конкурсе

17-30 ноября 2020 года: Подача заявки в информационной системе Университета ИТМО (далее — ИСУ) — Раздел Личный кабинет — Административные сервисы — Электронные заявки. К заявке необходимо прикрепить смету расходов и коммерческие предложения.

1-6 декабря 2020 года: Экспертиза поданной заявки состоит из 3-х этапов.

- Проверка по формальным признакам Управлением по развитию студенческих инициатив.
- Проверка заявок представителями ИТМО.STUDENTS и формирование финального списка победителей конкурсного отбора.

Конкурсная комиссия состоит из представителей ИТМО.Students.

ВНИМАНИЕ!

СТАТУС «В ОБРАБОТКЕ» — означает, что заявка передана на оценку Конкурсной комиссии;

СТАТУС «ОТКЛОНЕНА» — означает, что заявка не прошла проверку на соответствие формальным признакам

7 декабря 2020 года: Публикация списка победителей Конкурса на сайте student.itmo.ru

1 февраля – 30 июня 2021 года: Реализация победителями мероприятий и деятельности объединений обучающихся (студенческого клуба).

Отправка отчета по реализации мероприятия и деятельности объединений обучающихся (студенческого клуба) осуществляется не позднее 2-х недель после реализации мероприятия и деятельности объединения обучающихся (студенческого клуба) в информационной системе ИСУ — Личный кабинет — Административные сервисы - Электронные заявки.

Причины отклонения заявки в Конкурсе по формальным признакам

1. Не заполнены обязательные поля заявки.
2. Отсутствие коммерческих предложений для подтверждения стоимости товара/услуги.

3. Наличие в детализированной смете расходов позиций, запрещенных для подачи на Конкурс.
4. Сроки реализации Мероприятия и Деятельности не совпадают со сроками реализации в рамках Конкурса.

Часто задаваемые вопросы

Где можно получить консультацию?

Сотрудники Управления по развитию студенческих инициатив оказывают консультационную (организационную) поддержку участникам. Контактный адрес ursi@itmo.ru. Актуальное расписание онлайн-консультаций по Конкурсу будет опубликовано в группе <https://vk.com/itmostudents>.

Обращаем Ваше внимание, что сотрудники Управления по развитию студенческих инициатив не консультируют по вопросам подготовки содержательной части проектов.

В какой срок победители должны реализовать Мероприятия и Деятельность объединения обучающихся?

Реализация мероприятия и деятельности, признанных победителями, должна начаться не ранее 1 февраля 2021 года и закончиться не позднее 30 июня 2021 года.

2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЗАПОЛНЕНИЮ ЗАЯВОК В ИСУ УНИВЕРСИТЕТА ИТМО НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСНОМ ОТБОРЕ

2.1. Заявка на участие в конкурсном отборе мероприятий обучающихся и команд обучающихся Университета ИТМО

Наименование мероприятия	Название должно быть кратким, но в тоже время емким и отражать основную идею Мероприятия. Не рекомендуется использование аббревиатур и профессиональных терминов.
Направление, которому соответствует мероприятие	Выбираются из списка, утвержденного в Положении о Конкурсе.
Сведения о руководителе мероприятия	Необходимо указать информацию, которая поможет экспертам Конкурса убедиться в том, что руководитель проекта обладает достаточными знаниями, опытом и компетенциями для качественной реализации Мероприятия.
Сведения о команде мероприятия	Здесь необходимо обосновать способность команды мероприятия справиться с реализацией Мероприятия, указанного в заявке. Наиболее важно объяснить: кто именно и какие задачи будет выполнять; какой у каждого члена команды есть практический опыт. Для каждого члена команды указать фамилию, имя, отчество, роль в заявленном мероприятии и компетентность (опыт деятельности). Как правило указывается 3– 5 ключевых членов команды.
Срок реализации мероприятия	Реализация проектов, признанных победителями, должна начаться не ранее 1 февраля 2021 года и закончиться не позднее 30 июня 2021 года.

<p>Уровень мероприятия</p>	<p>Выбирается из списка факультетский, университетский, городской. Городской уровень указывается только в том случае, если зрителями мероприятия могут стать обучающиеся других вузов.</p>
<p>Краткое описание мероприятия и процесса его подготовки</p>	<p>Краткое изложение Мероприятия должно содержать исчерпывающую информацию (по 1–2 предложения на каждую часть).</p> <p>Описание должно быть поделено на следующие разделы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основная идея мероприятия; - Конкретные шаги для осуществления идеи; - Результаты (в данном разделе представляются количественные или качественные результаты реализации проекта); - Вывод (в заключение необходимо обозначить как проведенное мероприятие повлияет на обучающихся и на Университет ИТМО в целом). <p>ВАЖНО! Краткое описание не содержит детальное описание календарного плана, количественных и качественных показателей и сроков реализации мероприятия. Данные критерии описываются в последующих графах.</p> <p>Краткое описание должно состоять из 5–7 предложений.</p>
<p>Описание актуальности мероприятия для целевой аудитории Университета ИТМО</p>	<p>Опишите, какие целевые группы из числа представителей Университета ИТМО заинтересованы в реализации вашего мероприятия. Целевая группа — это будущие участники мероприятия. Укажите возможные изменения, к которым приведет реализация вашего мероприятия, и как оно скажется на</p>

	<p>имидже университета</p> <p>ВАЖНО! Вы должны конкретизировать целевую группу; если это обучающиеся, то они тоже имеют характеристики: иностранные, иногородние, обучающиеся на определенной специальности, обладающие определенными знаниями и умениями и так далее.</p>
<p>Собственный вклад и вклад партнеров мероприятия</p>	<p>В данном разделе описываются те ресурсы, которые уже есть у команды/руководителя мероприятия или предоставляются партнерами. Для получения высшего балла по критерию, необходимо, чтобы представленный собственный вклад, был корректно оценен, обоснован и составлял более 30% от объема запрашиваемых средств.</p> <p>В поле «Оценка стоимости вклада» важно представить ссылку на данный или аналогичный товар или услугу, или описать каким образом рассчитана стоимость данной позиции. При оценке позиции, по средней зарплате не забудьте про коэффициент занятости.</p> <p>Пример: Подарок победителям конкурса от партнера «Книжный магазин ...» - 3 комплекта книг: ссылка, стоимость комплекта 1000р., итого 3000.</p> <p>При расчете собственного вклада за счет труда специалистов рекомендуется использовать средний уровень зарплат в Санкт-Петербурге на портале: https://sankt-peterburg.trud.com/salary/865.html с умножением на коэффициент времени занятости в мероприятии.</p>

<p>Календарный план подготовки и реализации мероприятия</p>	<p>В данном разделе описываются те действия, которые будут выполнены в рамках Мероприятия. Важно обозначить сроки выполнения каждого этапа. План должен показывать последовательность действий, которые приведут к реализации Мероприятия.</p>
<p>Ожидаемые результаты</p> <p>В данном разделе приводятся ожидаемые результаты Мероприятия, с указанием количественных и/или качественных показателей (например: количество обучающихся, вовлеченных в Мероприятие, количество новых методик или технологий, внедренных в рамках Мероприятия). Используемые показатели должны соответствовать следующим требованиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адекватность (показатель должен очевидным образом характеризовать прогресс в реализации идеи); - объективность (не допускается использование показателей, улучшение отчетных значений которых возможно при ухудшении реального положения дел); - достоверность (способ сбора и обработки исходной информации должен допускать возможность проверки точности полученных данных в процессе независимого мониторинга и оценки); - однозначность (определение показателя должно обеспечивать одинаковое понимание существа измеряемой характеристики). <p>Важно! Если измерить результат невозможно, то это не результат.</p>	
<p>Количественные показатели</p>	<p>Все показатели, которые можно измерить цифрами. Результатами могут быть количество участников Мероприятия, подготовленные и</p>

	<p>изданные методические рекомендации, обученные на семинарах специалисты, публикации в прессе, объем оказанных услуг/продукта целевой аудитории и так далее. Численные результаты должны выражаться в конкретных, измеряемых единицах. Рекомендуемые к использованию показатели:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Вовлеченность в Мероприятие, где вы указываете количество участников Мероприятия, количество задействованных волонтеров и экспертов, учреждений и т.п. - Проведение мероприятий проекта, где необходимо расписать количество проводим в рамках Мероприятия событий, акций (спортивные события, фестивали, вебинары, творческие мероприятия, образовательные и т.п.) - Информационный охват, в котором вы указываете общее число человек, которые узнали о вашем Мероприятии в течении его реализации (охват в группе Вконтакте). - Разработка / создание «продуктов Мероприятия» — показатель, в котором вы обозначаете итоги реализации вашего Мероприятия (создание сайта, методических рекомендаций, образовательных программ, издание книг, строительство объекта, и др.)
<p>Качественные показатели</p>	<p>В данном разделе описываются конкретные качественные изменения, которые произойдут в результате реализации Мероприятия. Качественные результаты показывают</p>

	<p>устойчивую смену положения целевой аудитории и влияют на имидж Университета ИТМО в конкретной области.</p>
<p>Информационное сопровождение мероприятия</p>	<p>Опишите, какие методы будут использованы для информирования целевых аудиторий, партнеров, СМИ и других заинтересованных сторон о Мероприятии, ходе реализации и его итогах. Когда вы хорошо работаете, вам есть что рассказать! Если вы не демонстрируете информационную открытость, возникают вопросы к качеству реализации Мероприятия. Обозначьте способы взаимодействия с целевыми аудиториями, общественностью и СМИ. Даже если Мероприятие в силу специфики не подразумевает широкого освещения, нужно максимально эффективно использовать возможные каналы коммуникации с основными группами – объявления, информационные рассылки, группы Мероприятия в социальных сетях</p>
<p>ФИО куратора мероприятия</p>	<p>Указывается из числа сотрудников Университета ИТМО. Куратор мероприятия должен знать о подаче заявки на Конкурс и быть готовым ответить на вопросы по заявке.</p>
<p>Приложения и дополнительная информация о проекте</p>	<p>В раздел можно загрузить сопровождающие материалы, в том числе рекомендательные письма и письма поддержки, презентационные материалы и т.д, сертификаты/благодарности и другие материалы, доказывающие профессионализм вашей команды.</p>

2.2. Заявка на участие в конкурсном отборе объединений обучающихся (студенческих клубов) Университета ИТМО

<p>Наименование объединения обучающихся</p>	<p>Объединение обучающихся (студенческий клуб) должно быть зарегистрированным объединением обучающихся в клубной системе Университета ИТМО.</p>
<p>Направление, которому соответствует деятельность объединения обучающихся</p>	<p>Выбираются из списка, утвержденного в Положении о Конкурсе.</p>
<p>Сведения о руководителе объединения обучающихся</p>	<p>Необходимо указать информацию, которая поможет экспертам Конкурса убедиться в том, что руководитель объединения обучающихся (студенческого клуба) обладает достаточными знаниями, опытом и компетенциями для качественной реализации деятельности объединения обучающихся (данные об опыте руководства клубом и функционале в клубе, до назначения руководителем)</p>
<p>Сведения о команде объединения обучающихся</p>	<p>Здесь необходимо обосновать способность команды объединения обучающихся справиться с реализацией деятельности, указанной в заявке. Наиболее важно объяснить: кто именно и какие выполняет; какой у каждого члена команды есть практический опыт. Для каждого члена команды указать фамилию, имя, отчество, и роль в заявленном проекте и компетентность (опыт деятельности). Как правило указывается 3–5 ключевых членов команды.</p>

<p>Краткое описание деятельности и процесса подготовки</p>	<p>Краткое изложение деятельности объединения обучающихся (студенческого клуба) должно содержать исчерпывающую информацию (по 1-2 предложения на каждую часть).</p> <p>Описание должно быть поделено на следующие разделы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основная деятельность объединения обучающихся; - Результаты и достижения объединения обучающихся; - Изменения произошедшие за последний семестр в объединении; - Вывод (в заключение необходимо обозначить как деятельность в новом семестре повлияет на обучающихся и на Университет ИТМО в целом). <p>ВАЖНО! Краткое описание не содержит детальное описание календарного плана, количественных и качественных показателей. Данные критерии описываются в последующих графах.</p> <p>Краткое описание должно состоять из 7–9 предложений.</p>
<p>Календарный план деятельности и процесса подготовки</p>	<p>В данном разделе описываются те виды деятельности, которые будут проведены в рамках деятельности объединения обучающихся (студенческого клуба). Важно обозначить сроки выполнения каждого этапа. План должен показывать последовательность действий, которые приведут к</p>

	реализации деятельности.
<p>Ожидаемые результаты</p> <p>В данном разделе приводятся ожидаемые результаты деятельности объединения обучающихся (студенческого клуба), с указанием количественных и/или качественных показателей (например: количество обучающихся, вовлеченных в деятельность объединения обучающихся, количество новых методик или технологий, внедренных в рамках деятельности объединения обучающихся). Используемые показатели должны соответствовать следующим требованиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адекватность (показатель должен очевидным образом характеризовать прогресс в реализации идеи); - объективность (не допускается использование показателей, улучшение отчетных значений которых возможно при ухудшении реального положения дел); - достоверность (способ сбора и обработки исходной информации должен допускать возможность проверки точности полученных данных в процессе независимого мониторинга и оценки); - однозначность (определение показателя должно обеспечивать одинаковое понимание существа измеряемой характеристики). <p>Важно! Если измерить результат невозможно, то это не результат.</p>	
<p>Количественные показатели</p>	<p>Все показатели, которые можно измерить цифрами. Результатами могут быть количество новых членов объединения обучающихся, подготовленные и разработанные новые проекты, мероприятия, обученные члены клуба, публикации в прессе, объем оказанных услуг/продукта целевой аудитории и так далее. Численные результаты должны выражаться в конкретных, измеряемых единицах. Рекомендуемые к использованию показатели:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Новые члены объединения обучающихся и процентный прирост членов, охват проводимой деятельности. - Информационный охват, в котором вы указываете

	<p>общее число человек, которые подписаны на ваши социальные сети или группы мероприятий (охват в группе Вконтакте).</p> <p>- Количество разработанных новых проектов.</p>
<p>Качественные показатели</p>	<p>В данном разделе описываются конкретные качественные изменения, которые произойдут в результате деятельности объединения обучающихся. Аргументируйте, почему достигнутые результаты и сама деятельность устойчиво меняют положение целевой аудитории и влияют на имидж Университета ИТМО в конкретной области, почему социальные изменения сохранятся, не вернется ли ситуация/положение членов объединения обучающихся к своему изначальному состоянию, к тому, каким оно было до того, как они стали членами объединения обучающихся.</p>
<p>Информационное сопровождение объединения обучающихся</p>	<p>Опишите, какие методы используются и будут использованы для информационного освещения деятельности объединения обучающихся. Укажите ссылки на социальные сети, сайты объединений обучающихся и других сторонних объединений, которые освещают или планируют освещать деятельность объединения обучающихся.</p>

3. ДЕТАЛИЗИРОВАННАЯ СМЕТА РАСХОДОВ

Как правило, смета составляется после продумывания основных аспектов самого мероприятия и деятельности объединения обучающихся. Если вы распланировали ход реализации мероприятия и деятельности объединения обучающихся, то рассчитать затраты будет довольно просто.

3.1. Общее представление о смете расходов

Смета должна содержать реальную финансовую информацию, включать необходимые и достаточные расходы для эффективной реализации мероприятия и деятельности объединения обучающихся. В лучшем варианте смета должна быть составлена и обоснована так, чтобы эксперт, прочитав только смету мероприятия и деятельности объединения обучающихся, мог бы понять суть самой заявки.

Планируя смету расходов, уделите особое внимание тому, насколько заложенные расходы соответствуют масштабу мероприятия или деятельности объединения обучающихся. Способность определить взаимосвязь между расходами и деятельностью на этапе планирования — важный показатель того, что вы можете грамотно распоряжаться средствами.

Каждая статья расходов, включаемая в детализированную смету расходов должна быть обоснована: для чего / с какой целью приобретается тот или иной товар/работа/услуга и способ его/ее приобретения (покупка или аренда).

3.2. Финансовые позиции расходов, которые рекомендуется осуществлять за счет средств гранта

Рекомендуемые статьи расходов:

1. Расходы на полиграфические услуги.
2. Расходы на сувенирную продукцию.

Примечание 1: Важным в данном случае является обоснование данной статьи расходов.

Примечание 2: Как правило, мы говорим «Да!» использованию сувенирной продукции в малом количестве для награждения победителей и призеров проекта или сувенирной продукции для представления команды проекта *вне стен университета*, с целью продвижения ИТМО, клуба/проекта.

Примечание 3: Как правило, мы говорим «Нет!» сувенирной продукции с тиражом *более 10±5* единиц, которая предназначена для выдачи участникам проекта как *раздаточный* материал.

3. Расходы по предоставлению помещения (аренда).
4. Расходы по предоставлению оборудования (аренда).
5. Расходы на покупку оборудования и комплектующих.

Примечание 1: Как правило, мы говорим «Да!» покупке оборудования и комплектующих, если а) они необходимы для регулярной работы клуба, б) в рамках реализации проекта экономичнее будет приобретение оборудования или комплектующих по сравнению с их арендой.

Примечание 2: За все оборудование и комплектующие несет ответственность сотрудник университета, т.е. материально-ответственное лицо, поэтому все приобретенное оборудование должно храниться на территории университета *в обязательном порядке*.

Примечание 3: Как правило, мы говорим «Нет!» приобретению *дорогостоящего* оборудования! В случае крайней необходимости в таком оборудовании возьмите на заметку следующие рекомендации: а) если вам необходимы высокопроизводительные компьютеры или видео-, фото- техника и т.д., вы можете указать их в рамках гранта без указания цены, но с обоснованием; б) приобрести такое оборудование мы не сможем, но в наших силах рассмотреть возможность использования имеющегося у ITMO.STUDENTS оборудования для реализации ваших проектов.

6. Закупка материалов и оплата услуг, необходимых для реализации проекта.
7. Расходы на канцелярские принадлежности.

В списке перечислены лишь рекомендованные статьи расходов, ими не обязательно ограничиваться! Все, что не запрещено, может быть указано в смете.

3.3. Финансовые позиции расходов, которые запрещено осуществлять за счет средств гранта

За счет средств гранта ЗАПРЕЩЕНО осуществлять следующие виды расходов:

1. Расходы на заработную плату руководителя и членов проекта/клуба.
 2. Призы в денежном эквиваленте.
 3. Расходы по осуществлению деятельности, напрямую не связанной с реализацией проекта.
 4. Не детализированные «прочие расходы».
 5. Транспортные расходы (приобретение авиа- и железнодорожных билетов).
- Примечание 1:* Если у вас есть желание отправиться в поездку в рамках внеучебной деятельности для этого существует «Конкурс на финансовую поддержку поездок обучающихся в рамках внеучебной деятельности», которую вы найдете на сайте student.itmo.ru.
6. Продукты и питание в любом виде (услуги по организации питания, покупка воды и еды).
 7. Призы и памятные подарки стоимостью более 4 000 рублей за единицу.
 8. Товары и услуги, заказ которых возможен только через интернет-магазины.
 9. Таргетинг и оплата прочих рекламных услуг;
 10. Оплата образовательных услуг.
 11. Оплата поездок за границу.
 12. Оплата такси и ГСМ (бензин, масло и прочие расходные для автомобиля).

Необходимо дать пояснения по назначению конкретного товара, оказываемых услуг, используемых в проекте или деятельности клуба. Также обоснуйте необходимость этих расходов.

3.4. Общие рекомендации по составлению сметы

При составлении сметы расходов следуйте общим рекомендациям.

1. Не «подгоняйте» смету под максимальный размер гранта.
2. Формируйте бюджет для достижения реальных целей и проведения конкретных мероприятий.

3. Включайте в смету только расходы, связанные с проектом.
4. не нужно «хитрить» и обозначать в бюджете расходы на текущую, не связанную с проектом или клубом.
5. Проверьте обоснованность каждого вида затрат.
6. Сделайте мониторинг среднерыночной стоимости оборудования/услуг/товаров и обязательно приложите для обоснования стоимости коммерческое предложение от фирм (описание см. п.3.6).
7. Дайте комментарии по каждому виду затрат в смете. Это покажет экспертам, что бюджет детально продуман, а все затраты – обоснованы.
8. Проверьте смету на предмет арифметических ошибок неоднократно. Задействуйте в этом процессе нескольких членов команды. Ошибки в смете минимизируют шансы на победу.
9. У любого предмета должен быть указан способ использования: «покупка», «аренда» и «оплата услуг». Аренда рассчитывается исходя из количества часов/дней и стоимости за 1 час/день.
10. Изготовление полиграфической продукции: распишите подробно данные по всем материалам (плотность, масштаб, способ нанесения, цветная или ч/б печать и т.д.).
11. Изготовление ... — если это делается самостоятельно, то нужно описать закупку материалов, если оплачивается услуга, то так и нужно написать «оплата услуг по изготовлению».

3.5. Пример заполнения сметы

Наименование столбцов	Описание	Пример
Категория	<i>Выбираем 1 категорию закупки из предложенного (кликнув на стрелочку в правом нижнем углу)</i>	Канцелярия (канцелярские товары без нанесения)340

Наименование товара/услуги	<i>Указываем название товара или услуги. Если у товара есть марка, указываем ее здесь и сопровождаем словом "или эквивалент".</i>	Бумага для офисной техники SvetoCopy A3 или эквивалент
Функциональные характеристики (подробное описание товара)	<i>Тут описываем характеристики, которые потом пойдут в ТЗ. Ищите характеристики в интернете и подробно описываете здесь. Чем подробнее вы опишите характеристики, тем больше вероятность, что вам придет то, что вы планировали купить.</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формат листов: А3 2. Количество листов в пачке: не менее 500 3. Класс бумаги: С 4. Белизна: не менее 146 % 5. Яркость бумаги: не менее 95 % 6. Непрозрачность бумаги: не менее 91 % 7. Плотность бумаги: не менее 80 г/кв.м 8. Толщина бумаги: не менее 104 мкм
Ед. измер. (шт, усл., уп., наб., м. и т.д.)	<i>Рекомендуем брать их из шаблонов по категориям либо находить на сайтах (из столбца "Поставщики")</i>	Шт
Цена	<i>Тут пишем цену от своих поставщиков (список в столбце "Поставщики"). Если услуга - то тут сложнее, но тоже можно запросить</i>	238
Кол-во	<i>Пишем кол-во товара</i>	5

Стоимость	<i>Автоматически умножается кол-во на цену. Автоматически умножается кол-во на цену.</i>	1190
Подтверждение стоимости единицы	<i>Ссылка на товар/услугу. Если услуга - приложите коммерческое предложение компании (из столбца "Поставщики")</i>	
Поставщики	<i>Выбираем из списка (кликнув на стрелочку в правом нижнем углу). Если нужных вам товаров/услуг нет у этих поставщиков, пишите своих. Желательно, чтобы это был не один(-на) товар/услуга</i>	Комус
Обоснование для чего нужно в проекте/мероприятии/деятельности	<i>Прописываем, зачем нужно в рамках деятельности клуба/в рамках мероприятия</i>	Для печати бланков для участия в конференциях
Предельная дата поставки	<i>Пишем реальную предельную дату предоставления товаров/услуг для организации деятельности клуба/спортивной секции</i>	01.03.20

Примечание: Важно указать максимально возможное количество характеристик.

3.6. Коммерческое предложение в гранте: вопросы и ответы

Что такое Коммерческое предложение в случае грантовой заявки? Коммерческое предложение (КП) — документ, в котором подробно рассказывается о предлагаемом товаре или услуге, а также обозначается его стоимость на данный момент времени.

Зачем КП в смете? На протяжении нескольких грантов мы сталкивались с проблемой, когда цена, взятая участниками гранта с сайта, не соответствовала цене, которую в итоге приходилось заплатить за товар или услугу. Или при составлении сметы были учтены не все характеристики, влияющие на стоимость конечного продукта.

К сожалению, такое несоответствие приводило к изменению характеристик товара или услуги в худшую сторону или изменению объемов. Чтобы избежать таких проблем в будущем просим предоставить КП.

Плюсы:

Запрашивая КП у компании, вы рассказываете подробно о необходимом вам товаре или услуге, а также вам задают вопросы для уточнения деталей, которые могли быть упущены, но влияют на стоимость. Получая КП, вы получаете корректную стоимость и описание всех характеристик товара или услуги.

Минусы:

Это занимает время, поэтому не оставляйте запрос КП на последний день!

В случае, если фирма не готова предоставить КП с подписью и печатью, вы можете прикрепить скрин письма содержащий всю необходимую для КП информацию.

Как запрашивать КП?

1. Выбираем фирму, в которой есть необходимый товар или услуга! В первую очередь используем те фирмы, список которых мы вам предоставили!
2. Отправляем запрос на почту на расчёт стоимости товара или услуги!
3. Получаем КП или дополнительные вопросы, после ответа на которые вы получаете КП.

Что должно быть в КП?

1. Название фирмы (обычно КП делают на бланке организации с подписью и печатью);
2. Наименование товара(ов), услуг;
3. Характеристики поставляемого товара(ов), услуг;
4. Цена;
5. Сроки изготовления/реализации.

Пример заполнения КП:

Уважаемая Екатерина!

Коммерческое предложение 5654 от 14 сентября 2019 МДМ Лайт С уважением и наилучшими пожеланиями,

Покупатель: **Университет ИТМО**

Ваш персональный менеджер
Дмитрий Кривяков
+7(495) 246-03-55 доб.11-02
dvk@mdm-light.ru

№	Фото	Описание	Кол-во	Ед.	Цена за ед., руб. с НДС	Сумма, руб. с НДС	Срок поставки, раб. дней.
1		TRU-BA 110 P 48W 4000K Ra80 T60 220V / Светильник LED, 1450 мм (подвес 3м) (БОСМА) БЕЛЫЙ	1	шт	13 822,50	13 822,50	
2		TRU-BA 110 P 62W 4000K Ra80 T60 220V / Светильник LED, 1900 мм (подвес 3м) (БОСМА) БЕЛЫЙ	2	шт	18 059,50	36 119,00	
Итого по проекту:						49 941,50	
В том числе НДС:						8 323,58	

Цены указаны с НДС

Коммерческое предложение действительно 10 рабочих дней

При колебании курса валют ЦБ более чем на 3% сумма коммерческого предложения может быть пересмотрена

Пример заполнения КП: Документ от компании