



ПРОГРАММА МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ

ПЛАН УПРАВЛЕНИЯ БАЗОВЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ «ӨЛЖЕТАНУ»

ПОДПРОГРАММА «ТӘРБИЕ ЖӘНЕ БІЛІМ»

*Офис Управления Программой
Астана - 2017*

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель Подпрограммы
«Тәрбие және білім»,
вице-министр образования
и науки Республики Казахстан

_____ А. Амрин
«___» _____ 2017 года

**ПЛАН УПРАВЛЕНИЯ
БАЗОВЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ
«ӨЛЖЕТАНУ»**

Главный менеджер
Подпрограммы
_____ Б. Ерешев

Администратор
Подпрограммы
_____ Ш. Макенбаева

Дата изменения:

№ 1 «___» ___ 20___ г. _____

№ 2 «___» ___ 20___ г. _____

№ 3 «___» ___ 20___ г. _____

_____ Биркенова Д.Е., менеджер Базового направления

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

- **Цель Базового направления:**

Патриот с активной гражданской позицией и ответственным отношением к родной земле, ее культуре, обычаям, традициям и личным вкладом в его развитие.

- **Целевые индикаторы Базового направления:**

1. Проект «МеніңОтаным – Қазақстан»

Доля обучающихся, охваченных внутренним туризмом: ежегодно до 7,7%

2018 год – 7,7%

2019 год – 7,7%

2020 год – 7,7%

2021 год – 7,7%

2022 год - 7,7%

Доля обучающихся общеобразовательных школ и колледжей, участвующих в реализации краеведческих проектов (экскурсии, экспедиции, маршруты, походы): до 2022 года – 40%

2018 год – 10%

2019 год – 15%

2020 год – 20%

2021 год – 30%

2023 год - 40%

2. Проект «Алтын адам»

Доля обучающихся общеобразовательных школ и колледжей, изучающих в рамках обязательного и дополнительного образования историю родного края на основе культурно-исторических памятников и исторических личностей местного масштаба с целью идентификации собственного национального кода: до 2022 года – 100% (%, чел.)

2018 год – 40%

2019 год – 55%

2020 год – 70%

2021 год – 85%

2022 год – 100%

3. Проект «Тарихмұрасы»

Доля обучающихся общеобразовательных школ, колледжей, ВУЗов, принимающих участие в интеллектуальных мероприятиях по истории края: к 2022 году – 38%

2018 год – 10%

2019 год – 15%

2020 год – 22%

2021 год – 30%

2022 год – 38%

4. Проект «Табиғатбесігі»

Доля обучающихся общеобразовательных школ и колледжей, охваченных дополнительными занятиями по краеведению и экологии: к 2022 году - 3%

2018 год – 2,5%

2019 год – 2,6%,

2020 год – 2,7%

2021 год – 2,8%

2022 год - 3,0%

Ожидаемый результат:

Новое поколение бережно и ответственно относится к истории, культуре и традициям родного края и вносит практический вклад в его развитие

Сроки реализации: 2017-2030 годы (1 этап – 2017-2022 годы)

Стоимость Базового направления: 38,1 млн. тенге (по состоянию на 15 октября 2017 года)

2. ПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ ПО МЕТДИКЕ ЛОГФРЕЙМС УЧАСТИЕМ ЭКСПЕРТОВ

Результаты – конечная цель <i>что мы хотим получить</i>	Показатели <i>как мы измерим результат</i>	Способы проверки <i>где/как получить информацию:</i> <i>соц.опросы, фокус гр., статистика, эксперт.оцен ки, др.</i>	Предположе ния <i>что еще иметь в виду</i>
<p>Результат 1 Проект «МеніңОтаным – Қазақстан» Развитие детско-юношеского туризма и краеведения, организация экспедиции, походов, экскурсии для изучения природы, истории и культуры родного края</p>			
<p>Подпроект: «МеніңОтаным – Қазақстан»</p> <p>Продукт: 1) Расширенный кругозор учащихся, углубленное знание истории и культуры родного края; 2) Культурнопатриотическая, физически-здоровая молодежь, способная преодолеть специфические сложности (факторы выживания) в экстремальных ситуациях.</p>	<p>Показатели: количество обучающихся, охваченных внутренним туризмом: ежегодно до 300 тысяч человек <i>2018 год – 300 054 чел. 2019 год – 300 054 чел. 2020 год – 300 054 чел. 2021 год – 300 054 чел. 2022 год - 300 054 чел.</i> количество обучающихся школ и колледжей-участников краеведческих проектов (экскурсии, экспедиции, маршруты, походы): до 2022 года – 1,36 млн. чел.</p>	<p>Мониторинг отделов образования городов и районов, Управлений образования областей, городов Астаны и Алматы, ВУЗов.</p>	

	<p>2018 год – 341 973 чел. 2019 год – 512 960 чел. 2020 год – 683 946 чел. 2021 год – 1 025 920 чел. 2022 год – 1 367 893 чел.</p> <p>виртуальные маршруты: каждым регионом ежегодно не менее 10 виртуальных маршрутов</p>	<p>ЕСЭДО. Интерактивная карта виртуальных маршрутов, на официальном сайте программы «Рухани жаңғыру».</p>	
<p>Подпроект: «Туристский фестиваль «Европа-Азия» (Во всех регионах должен быть этот подпроект, направленность должна быть на детей, должны изменить категорию в МОН) Продукт: Высококвалифицированные, опытные педагогические кадры туристско-краеведческой направленности.</p>	<p>Показатель: количество участников региональных(районный/городской/областной) туристского фестиваля «Европа-Азия»: 2017 год - чел. 2018 год - чел. 2019 год - чел. 2020 год - чел. 2021 год - чел. 2022 год - чел.</p> <p>количество участников республиканского туристского фестиваля «Европа-Азия»: 2018 год - чел. 2019 год - чел. 2020 год - чел. 2021 год - чел. 2022 год - чел.</p>		
<p>Подпроект: «Слет юных краеведов и туристов «МеніңОтаным – Қазақстан» Продукт: 1) Победители(школьных/районных/городских/</p>	<p>увеличение количества участников региональных районный/городской, соревнований: 2017 год - 34 тыс. чел., 2018 год - 36 тыс. чел.,</p>		

<p>областных/республиканского)слетов юных краеведов и туристов «МеніңОтаным – Қазақстан»;</p> <p>2) Популяризация юными краеведами и туристами красот родного края, культурно-исторического достояния родного края, ознакомления с народными промыслами</p> <p>Подпроект: Республиканский слет туристско-краеведческих экспедиционных отрядов «МеніңОтаным - Қазақстан»</p> <p>Продукт: 1) Победители (школьных/районных/городских/областных/республиканского) слетов</p>	<p>2019 год - 38 тыс. чел., 2020 год - 40 тыс. чел., 2021 год - 42 тыс. чел., 2022 год - 45 тыс. чел.</p> <p>выявление большего количества участников республиканского слета юных краеведов и туристов «МеніңОтаным – Қазақстан»: 2018 год - 160 чел. 2019 год - 176 чел. 2020 год - 192 чел. 2021 год – 208 чел. 2021 год – 224 чел. 2022 год – 224 чел.</p> <p>увеличение к 2022 году количества обучающихся, принимающих участие в международных слетах и соревнованиях юных краеведов и туристов: 2017 год – 30 чел. 2018 год - 40чел. 2019 год - 50чел. 2020 год - 60чел. 2021 год - 70чел. 2022 год – 70 чел.</p> <p>Количествоучастников региональных (школьный, районный/городской, областной)слетов юных краеведов и туристов «МеніңОтаным – Қазақстан» и различных туристско-краеведческих соревнований: 2017 год - 34 тыс. чел. 2018 год - 36 тыс. чел.</p>		
---	---	--	--

<p>туристско-краеведческих экспедиционных отрядов «Меніңотаным - Қазақстан»;</p> <p>1) Популяризация юными краеведами и туристами красот родного края, культурно-исторического достояния родного края, ознакомления с народными промыслами</p>	<p>2019 год - 38 тыс. чел. 2020 год - 40 тыс. чел. 2021 год - 42 тыс. чел. 2022 год - 45 тыс. чел.</p> <p>1) увеличение количества участников региональных (школьный, районный/городской, областной) слете экспедиционных отрядов:</p> <p>2017 год - чел. 2018 год - чел. 2019 год - чел. 2020 год - чел. 2021 год - чел. 2022 год - чел.</p> <p>2) выявление лучших туристско-краеведческих экспедиционных отрядов республики;</p>		
<p>Результат 3 Проект «Алтын адам»</p> <p>Разработка и издание учебника «Краеведение», обновление содержания учебных программ цикла естественных дисциплин</p>			
<p>Подпроект: «Алтын адам»</p> <p>Продукты:</p> <p>1) предмет «Краеведение»;</p> <p>2) типовая учебная программа</p>	<p>Показатель:</p> <p>количество обучающихся общеобразовательных школ и колледжей, изучающих в рамках обязательного и дополнительного образования историю родного края на основе культурно-исторических</p>	<p>Мониторинг отделов образования городов и районов,</p>	

<p>«Краеведение»; 3) внеклассная работа по региональному компоненту краеведения</p>	<p><i>памятников и исторических личностей местного масштаба с целью идентификации собственного национального кода: до 2022 года – 3,4 млн. (чел.)</i> 2018 год – 1 367 893 чел. 2019 год – 1 880 853 чел. 2020 год – 2 393 812 чел. 2021 год – 2 906 772 чел. 2022 год – 3 419 732 чел.</p>	<p>Управлени й образовани я областей, городов Астаны и Алматы, ВУЗов. ЕСЭДО. НОБД.</p>	
<p>Результат 4 Проект «Тарихмұрасы» Формирование активной гражданской позиции через знание истории родного края, исторических личностей, духовных ценностей и традиций казахского народа</p>			
<p>Подпроект: «Тарихмұрасы»</p> <p>Продукт: Патриот с активной гражданской позицией, истории, традиций и обычаев казахстанского народа</p>	<p>Показатели: количество обучающихся общеобразовательных школ, колледжей, ВУЗов, принимающих участие в интеллектуальных мероприятиях по истории родного края: к 2022 году – 1,48 млн. (чел.) 2018 год – 389 681 чел. 2019 год – 584 521 чел. 2020 год – 857 297 чел. 2021 год – 1 169 042 чел. 2022 год – 1 480 786 чел.</p>	<p>Мониторинг отделов образования городов и районов, Управлени й образовани я областей, городов Астаны и Алматы,</p>	
<p>Подпроект:</p>	<p>Показатель:</p>		

<p>«Интеллектуальный конкурс юных историков «Моя малая родина»</p> <p>Продукт: 1) Победители конкурса юных историков «Моя малая родина»; 2) Юные историкис углубленным и расширенным знанием истории своей родины</p>	<p>количество участников республиканского конкурса юных историков «Моя малая родина»: 2018год - 160 чел. 2019 год - 176 чел. 2020 год- 192 чел. 2021 год- 208чел. 2021 год – 224 чел. 2022 год – 224 чел.</p>	<p>ВУЗов. ЕСЭДО. НОбД.</p>	
<p>Подпроект: «Создание национального краеведческого музея 3D»</p> <p>Продукт: Национальный краеведческий музей 3D;</p>	<p>Показатель: количество просмотров национального краеведческого музея 3D: ежегодно не менее 200 тыс. просмотров</p>		
<p>Подпроект «История возникновения древних городов, сакральных мест на территории Казахстана»</p> <p>Продукт: 1) Сборник материалов «История возникновения древних городов, сакральных мест на территории Казахстана», в целях повышения качества содержания краеведческого образования обучающихся; 2)База данных экскурсионных маршрутов</p>	<p>Показатель: количество обучающихся, ознакомившихся с историей родного края: 2018 год 2019 год 2020 год 2021 год 2022 год</p>		
<p>Подпроект: Конкурс«Лучший школьный музей»</p>	<p>Показатель: Количество региональных (школьный,</p>		

<p>Продукт: 1) Победители конкурса «Лучший школьный музей»; 2) Патриотически воспитанная молодежь, почитающая историческое наследие своей Родины средствами музейной педагогики;</p>	<p>районный/городской, областной) конкурсов: 2017 год - 2018 год - 2019 год - 2020 год - 2021 год - 2022 год - Выявление лучшего школьного музея:</p>		
<p>Результат 6 Проект «Табиғатбесігі» Изучение экологических проблем и популяризация использования альтернативных ресурсосберегающих технологий</p>			
<p>Подпроект: «Табиғатбесігі»</p> <p>Продукт: Экологически-грамотная молодежь, пропагандирующая сохранение природных богатств родного края, популяризирующая использование альтернативных ресурсосберегающих технологий, путем выпуска статей, видеороликов, акций и др.</p>	<p>Показатель: количество обучающихся общеобразовательных школ и колледжей, охваченных в краеведческих и экологических кружках: к 2022 году – до 100 тысяч (чел.) 2018 год – 85493 чел. 2019 год – 88913 чел. 2020 год – 92333 чел. 2021 год – 95752 чел. 2022 год - 100882 чел.</p>	<p>Мониторинг отделов образования городов и районов, Управлений образования областей, городов Астаны и Алматы, ВУЗов. ЕСЭДО. НОБД.</p>	
<p>Подпроект «Форум юных краеведов-экологов и натуралистов «Менің Отаным – Қазақстан»</p> <p>Продукт:</p>	<p>Показатели: количество обучающихся, принимающих участие в форуме юных краеведов-экологов и натуралистов: 2017 год - 48 тыс. чел. 2018 год - 50 тыс. чел.</p>		

Юные краеведы-экологи и натуралисты, с целью приобщения школьников к экологическому образованию	2019 год - 52 тыс. чел. 2020 год - 54 тыс. чел. 2021 год - 56 тыс. чел. 2022 год - 58 тыс. чел.		
---	--	--	--

3. ПЛАН УПРАВЛЕНИЯ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

Стейкхолдер	Роль в проекте	Влияние (на бюджет, результаты, сроки и др.) 1-4	Тип влияния +/-	Заинтересованность 1-4	Ожидания и требования стейкхолдеров в отношении проекта	Ожидания проекта в отношении стейкхолдеров	Действия по уточнению ожиданий стейкхолдеров	Стратегия коммуникации\вовлечения	Периодичность
<i>Акиматы, УО областей, городов Астаны и Алматы</i>	<i>высокая</i>	4	+	4	Конкурентноспособное молодое поколение активно участвующее в жизни общества	Инвестор регионального подпроекта	Выработка стратегии реализации подпроекта в регионе	Постоянная коммуникация с РОП. Встречи со стейкхолдерами	По необходимости
<i>Организации образования (ВУЗы, колледжи, школы)</i>	<i>высокая</i>	4	+	3	Создание условий для практической реализации образовательных проектов	Активное участие в проектах и мероприятиях	Реализация мероприятий подпроекта	Постоянная коммуникация с РОП, организации образования по уровням	<i>Постоянно</i>

<i>Организации дополнительного образования</i>	<i>высокая</i>	3	+	3	Увеличение количества обучающихся и повышение имиджа организации	Активное участие в проектах и мероприятиях	Реализация мероприятий подпроекта	Коммуникация со стейкхолдерами	Постоянно
<i>Обучающиеся</i>	<i>низкая</i>	1	+	1	Нестандартные формы проведения мероприятий и условия для самореализации	Активное участие в проектах и мероприятиях	Участие в реализации мероприятий	Коммуникация со стейкхолдерами	По мере проведения мероприятий
<i>Родители</i>	<i>низкая</i>	1	+	1	Модернизированная система образования, дающая каждому обучающемуся возможность самореализации, приобретения необходимых навыков и формирующая систему общечеловеческих ценностей	Поддержка и активное участие в проектах и мероприятиях	Участие в реализации мероприятий	Коммуникация со стейкхолдерами	По мере проведения мероприятий
<i>Педагоги</i>	<i>средняя</i>	2	+	1	Создание условий для практической реализации образовательных проектов	Увеличение количества участников с высоким уровнем знаний и привлечение родителей в	Участие в реализации мероприятий	Коммуникация со стейкхолдерами	Постоянно

						проекты и мероприятия			
<i>НПО</i>	средняя	2	+	2	Увеличение числа участников НПО	Оказание содействия в реализации проектов и мероприятий	Привлечение к решению проблемных вопросов	Коммуникация со стейкхолдерами	По мере необходимости

4. УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ (медиа–план, СМИ, социальные сети, краудсорсинг)

4.1. Целевая группа, на которую ориентировано Базовое направление:

№ п/п	Социальные группы	Указать основные «+»	Примечания
1.	<i>Предприниматель</i>	+	<i>Привлекаются:</i> родители представители СМИ представители неправительственных организаций
2.	<i>Руководитель, менеджер</i>	+	
3.	<i>Государственный служащий</i>	+	
4.	<i>Работник бюджетной сферы</i>	+	
5.	<i>Пенсионер</i>	+	
6.	<i>Студент, учащийся</i>	+	
7.	<i>Безработный, временно неработающий</i>		
8.	<i>Домохозяйка</i>		
9.	<i>Тренера, инструкторы по туризму</i>	+	

4.2. Способы и инструменты донесения информации (подчеркнуть необходимые каналы):

№	Способы и инструменты	Выбрать	Периоды информационной активности	Примечания
---	-----------------------	---------	-----------------------------------	------------

п/п		основные «+»	Дособытийный период	Во время события	Постсобытийный период	
1	<i>Республиканское телевидение</i>	+	+	+	+	
2	<i>Региональное телевидение</i>	+	+	+	+	
3	<i>Республиканские газеты</i>	+	+	+	+	
4	<i>Республиканские журналы</i>	+	+	+	+	
5	<i>Региональные газеты</i>	+	+	+	+	
6	<i>Региональные журналы</i>					
	<i>Печатная продукция (буклеты, календари, блокноты)</i>	+	+	+		
7	<i>Наружная реклама</i>	+	+	+		
8	<i>Республиканские интернет-ресурсы</i>	+	+	+	+	
9	<i>Региональные/ интернет-ресурсы</i>	+	+	+	+	
10	Социальные медиа					
10.1	<i>Создание отдельного аккаунта в социальных сетях: – Facebook; – Instagram; – Twitter – VK; – Youtube; Другие соц.сети</i>	+		+	+	
10.2	<i>Привлечение блогеров</i>	+	+	+	+	
10.3	<i>Онлайн - трансляции в социальных сетях</i>	+	+	+		

10.4	Создание вирусных видеороликов					
10.5	Проведение виртуальных флэш-мобов: – массовые публикации под единым хэштегом; – видеоролики; – фото – вайны; – посты; – другое	+	+	+	+	
11	Пресс - релизы	+	+	+	+	
12	Другое	+	+	+	+	

4.3. Массовые мероприятия в рамках Базового направления:

№ п/п	Виды мероприятий	Выбрать основные «+»	Количество запланированных мероприятий	Количество участников	Периоды информационной активности			Примечания
					Дособытийный период	Во время события	Постсобытийный период	
1	Встречи	+						
2	Круглые столы	+						
3	Семинары, тренинги, мастер-классы	+	5	200	+	+	+	
4	Симпозиумы							
5	Выставки	+						
6	Концерты	+	+	1000				
7	Флешмобы	+	18	500000	+	+	+	

	шаги)							1 неделя				2 неделя				3 неделя				4 неделя											
1	Разработка Плана Управления БН	Утвержденный План Управления БН	Менеджер БН, Главный менеджер																												
2	Разработка Уставов 6 проектов	Утвержденный План Управления БН	Менеджер БН, Главный менеджер																												
3	Реестры подпроектов	Утвержденные Реестры подпроектов	Региональные Проектные офисы																												
4	Паспорта подпроектов	Утвержденные Паспорта подпроектов	Региональные Проектные офисы																												
5	Мониторинг реализации проектов	Отчет	Менеджер БН, Главный менеджер																												
6	Мониторинг реализации подпроектов	Отчет	Менеджер БН, Главный менеджер																												

6. ИНФОРМАЦИОННОЕ ТАБЛО

Периодичность отчетности

	2017	2018-2022
--	------	-----------

Проект			2 декада ноября	1 декада декабря	До 10 февраля	До 10 мая	До 10 августа	До 10 ноября
«МеніңОтаным – Қазақстан»			+	+	+	+	+	+
«Алтын адам»			+	+	+	+	+	+
«Тарихмұрасы»			+	+	+	+	+	+
«Табиғатбесігі»			+	+	+	+	+	+