

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет водного господарства та  
природокористування

Кафедра державного управління, документознавства та  
інформаційної діяльності

**06-14-200М**

## **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

до виконання практичних завдань та самостійної роботи з  
навчальної дисципліни «**Соціальні інновації**»  
для здобувачів вищої освіти першого (бакалавського)  
рівня за освітньо-професійною програмою «Публічне  
управління та адміністрування» спеціальності  
281 «Публічне управління та адміністрування»  
денної та заочної форми навчання

Рекомендовано науково-  
методичною радою з якості  
ННІЕМ  
Протокол № 4 від 22.12.2021 р.

Рівне – 2021

Методичні вказівки до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Соціальні інновації» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної та заочної форми навчання [Електронне видання] / Шинкарук А. Л. – Рівне : НУВГП, 2021. – 20 с.

Укладач: Шинкарук А. Л., кандидат політичних наук, доцент кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Схвалено на засіданні кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.  
Протокол № 7 від 06.10.2021 р.

Відповідальний за випуск: Тихончук Л. Х., д.держ.упр., доцент, в.о. завідувача кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Керівник групи забезпечення спеціальності Антонова С. Є.

© Шинкарук А. Л., 2021

© НУВГП, 2021

## **ЗМІСТ**

<b>1. ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>	<b>5</b>
<b>2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>	<b>6</b>
<b>3. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ</b>	<b>7</b>
Практичне заняття 1. Гра Models of impact	7
Практичне заняття 2. Пошук соціальних інноваторів	9
Практичне заняття 3. Визначення стейхолдерів	10
Практичне заняття 4. Ідеяція	11
Практичне заняття 5. Розвиток продукції/послуг	12
Практичне заняття 6. Прототип	12
Практичне заняття 7. Стале зростання і вплив	13
Практичне заняття 8. Можливості фінансування	14
Практичне заняття 9. Брендінг та маркетингові зв'язки	15
Практичне заняття 10. Імпакт-інвестиції	16
<b>4. МЕТОДИ НАВЧАННЯ</b>	<b>17</b>
<b>5. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ</b>	<b>17</b>
<b>6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b>	<b>18</b>

## ВСТУП

Цей курс знайомить студентів зі стратегіями та процесами соціальних інновацій та соціальних змін. Студенти отримають знання про стратегії змін, які включають інноваційну діяльність громадських та політичних підприємців, активістів, організацій та громадських рухів. Студенти розглянуть декількох осіб та групи, які спровокували важливі позитивні суспільні зміни через різні організаційні платформи - на ринку, уряді, у некомерційному секторі та дедалі більше у просторі між цими трьома секторами.

Інновації дають студентам нову орієнтацію та спосіб мислення для організації та ведення сталого розвитку, а саме шляхом соціальних інновацій та підприємництва. Стійкість охоплює багато аспектів, включаючи довгострокове збереження відповідальності, що має екологічні, економічні та соціальні виміри. Цей курс зосереджений на способах, за допомогою яких соціальні інновації сприяє досягненню соціальної (включаючи екологічну) цінності у громадах, і на те, як ці (прискорюючі економічні) відносини стимулюють суспільні зміни, як у глобальному, так і на місцевому рівні. Таким чином, основна увага приділяється тенденціям та рушіям, які змінюють динаміку соціального впливу.

Необхідно звернути увагу на ключові зміни, що відбулися в кожному з секторів: зміна ролі уряду від прямого постачальника до активіста; поява корпоративної відповідальності в рамках ділового сектору; поява соціальних підприємств та соціально відповідальних підприємств у межах третього сектору та поява нових форм благодійності та соціальних інвестицій. Таким чином, виникає усвідомлення та критичне розуміння прискорених економічних відносин між урядом, бізнесом та третіми (некомерційними) секторами у сферах соціальних інновацій та підприємництва.

## 1. ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мета** викладання навчальної дисципліни «Соціальні інновації» є набуття практичних навичок взаємодії урядових структур, третього сектору, громадськості та бізнесу щодо важливих соціальних питань з використанням технологічного та інноваційного підходу до вирішення.

**Завдання:** Розуміти громадську організацію та її роль як соціального новатора, визначити основні принципи спіралі соціальних інновацій, критично оцінити різні види соціальних викликів, окреслити основні елементи проектного циклу, розуміти різні ролі команди, розрізняти джерела фінансування для підтримки соціальних інновацій, розуміти роль адвокації для впровадження соціальних інновацій, діагностувати проблеми за допомогою збору даних (особисті інтерв'ю, фокус-групи, дослідження), аналізувати потреби та очікування різних зацікавлених сторін, методи ідеалізації до конкретного виклику соціальних інновацій, розробити прототип соціальної інновації, планувати кроки на основі проектів щодо впровадження соціальної інновації, розробка бажаних, життєздатних та можливих рішень для соціальних змін, виступати з публічними промовами та представляти іншим соціальні інновації.

Використовуються такі методи викладання та технології: тренінги, рольові ігри, обговорення, презентації, міні-лекції, ситуаційні дослідження та інші.

В результаті освоєння дисципліни студенти здатні:

- *Використовувати базові знання з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства.*
- *Розуміти та використовувати технології*

*вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень.*

- *Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.*
- *Використовувати методи аналізу та оцінювання програм сталого розвитку.*
- *Уміння використовувати іноземний досвід в публічному управлінні та адмініструванні.*

## **2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

*Тема 1. Соціальні інновації та організації громадянського суспільства*

*Кількість годин: Леку. – 4, Практ. – 2*

Сутність соціальних інновацій (виклики соціальних інновацій XXI століття, роль ОГС, типи та національні приклади). Життєвий цикл соціальних інновацій. Компетенції соціального новатора

*Тема 2. Картування викликів соціальних інновацій*

*Кількість годин: Леку. – 4, Практ. – 4*

Налаштування команди та методи співпраці (полотно команди, правила взаємодії, можливості команди (сильні сторони, знання, навички). Визначення зони викликів (пов'язана з метою ОГС) Зіставлення зацікавлених сторін екосистеми. Методи дослідження (настільне дослідження, спостереження, співбесіда з користувачем). Синтез викликів (методи визначення конкретного виклику (точка зору)

*Тема 3. Ідеювання та прототипування рішення соціальних інновацій*

*Кількість годин: Леку. – 4, Практ. – 4*

Прийоми ідеації. Методи прототипу рішення

соціальних інновацій. Джерела фінансування соціальних інновацій (донори, краудфандинг, проекти)

*Тема 4. Реалізація рішення*

*Кількість годин: Леку. – 4, Практ. – 4*

Модель соціального бізнесу. Соціальні інновації через проекти. Дизайн проекту. Впровадження проекту, моніторинг та звітність

*Тема 5. Поширення рішення*

*Кількість годин: Леку. – 4, Практ. – 4*

Стратегія комунікації соціальних інноваційних рішень. Інструменти презентації соціальних інновацій (бриф/презентація/подача/розробка історії)

### **3. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

#### **Практичне заняття 1. Гра Models of impact**

Вибір та розвиток бізнес -моделі для вашого соціального підприємства - це не завжди легко і просто. Тому іноді може бути корисно скористатися деякими доступними інструментами.

Моделі впливу: Гра «Дизайн бізнес -моделі» може бути корисним інструментом. Це рольова гра та ідеалізація, яка дозволяє легко (і весело!) створювати нові, стійкі, бізнес-моделі.

Гра включає в себе прості для розуміння інструкції з ігрового процесу, словник 200+ бізнес-моделей та набір інших корисних ресурсів.

В основі гри лежить інтерактивна карта, на якій висвітлено понад 100 брендів, і задокументовано понад 45 бізнес-моделей з орієнтованої на продукти та послуги бізнес-галузі, щоб розкрити основні системи, які роблять сталий вплив досяжним.

Гра «Модель впливу» проводить гравців у чотири етапи, щоб імітувати процес створення ідеї та заснування соціального підприємства:

1) Вивчіть. Глосарій із 200+ моделей, які допоможуть вам успішно зрозуміти ландшафт.

2) Винайдіть. Покрокові інструкції допоможуть гравцям швидко придумати нові ідеї, щоб мозковий штурм став більш ефективним.

3) Програма. Гра - це не лише ідеї. Використання різних шаблонів та аркушів допомагає гравцям просунути свою ідею вперед.

4) Звіт. Гравці можуть поділитися своїм бізнес -планом та отримати зворотний зв'язок, щоб або почати впровадження, або покращити свою концепцію.

Моделі впливу засновані на спостереженні, що ні модель доходу (тобто стійкий спосіб заробітку грошей), ні модель впливу (тобто стійкий спосіб створити вплив у світі) довго не працюють самі по собі. Бізнес, заснований лише на моделі впливу, може зіткнутися з необхідністю грошей для підтримки організації. Підприємства, які базуються лише на моделі доходів, стикаються з ризиком вигорання через відсутність мети у повсякденній роботі.

Моделі впливу мають на меті розширити можливості гравців поєднувати вплив та дохід, щоб вони могли генерувати нові та стійкі бізнес -концепції.

Моделі впливу можна завантажити за принципом "плати, що хочеш". Люди не очікують ніякої компенсації за свої ресурси/матеріали, оскільки хочуть, щоб матеріал був максимально доступним для всіх і кожного. Але якщо ви зможете внести свій внесок, це буде дуже вдячно. Весь прибуток вкладається назад у проект і буде спрямований на виробництво ще більших ресурсів.

Детальніше на: [www.modelsofimpact.co](http://www.modelsofimpact.co)



<p><b>IMPACT MODEL(S)</b></p> <p>What kind of impact do you want to make with this product/service/initiative/program? How do you measure your impact?</p>	
<p><b>PRODUCTS/SERVICES</b></p> <p>What are you creating? How do you ensure your product/service/initiative/program works well, and creates the impact you are hoping to achieve?</p>	<p><b>VALUE PROPOSITION</b></p> <p>What makes this product/service/initiative/program unique? What other complementary or competing products/services/initiatives exist, and why are you better?</p>
<p><b>TALENT/OPERATIONS</b></p> <p>What kind of talent and resources will you need to realize this impact? How will you find the talent and resources you need?</p>	<p><b>CUSTOMERS/PARTNERS</b></p> <p>Who will you work with to create this impact? Who won't you work with? Who are your clients, funders, and networks?</p>
<p><b>REVENUE MODEL(S)</b></p> <p>How does your product/service/initiative/program fund itself? How can you incorporate multiple revenue streams?</p>	

## Практичне заняття 2. Пошук соціальних інноваторів

Модуль зосереджений на наданні правильних інструментів для виявлення та залучення великої кількості соціальних інноваторів та потенційних новаторів, які вже мають певні інноваційні ідеї або вже розпочали розробку ініціатив, проектів та/або продуктів. Таким відкритим і цілеспрямованим шляхом можна звернутись до незвичайних підозрюваних, а не до групи організацій та/або соціальних новаторів, які вже розуміють і розвивають свої соціальні інновації.

Модулі структуровані логічно та систематично з конкретними та практичними інструментами, які допоможуть як у підготовці, так і у проведенні заходу (конкурс «Соціальні інновації»). Цей захід також допоможе учасникам (соціальним новаторам та потенційним соціальним новаторам) уточнити свою ідею, щоб найкращі з них могли пройти повний цикл навчання та отримати додаткову допомогу та

підтримку. Інструменти допоможуть у розробці виклику, заявці на подання ідей, кампанії у соціальних мережах, а також у визначенні критеріїв відбору та голосування, зосередивши увагу на прозорості та натхненності для новаторів.

В результаті отримаємо:

01 Поліпшення внутрішньої організації і адекватний розподіл пропускну́ї спроможності для підготовки і виконання конкуренції події соціальних інновацій

02 Розуміння і практики використання конкретних інструментів для цих модулів

03 Роботи в команді та організаційні навички

04 Розуміння і запуск кампанії в соціальну медіа та організації заходів

### **Практичне заняття 3. Визначення стейхолдерів**

На етапі залучення зацікавлених сторін новатори залучатимуть свої внутрішні ресурси та можливості, побудуватимуть мережу зацікавлених сторін та вирішать, на якій стадії інновацій їх включити. Цей етап - це створення стійкої мережі відносин, необхідної для розвитку та інновацій. Також на цьому етапі новатори дізнаються, як використовувати інструменти для оцінки своїх внутрішніх можливостей, знань та навичок. Це корисно для виявлення внутрішніх недоліків та можливостей залучення інших до процесів. Після завершення внутрішнього перегляду новатори працюватимуть над створенням міцної мережі зацікавлених сторін шляхом створення візуальних карт та глибшого вивчення мотивацій та цінностей зацікавлених сторін.

Зацікавлені сторони є вирішальним елементом успіху інновацій, і якнайшвидше їх виявлення забезпечить спільний дизайн та спільне створення інновацій.

З чим ви підете після проходження модулів:

**01** Поліпшення внутрішньої організації і адекватний розподіл потенціалу для інновацій

**02** Created спільні цінності та цілі групи , що підвищення мотивації до інновацій

**03** Розробив чіткий стратегічний план , який залучати, коли, чому і як

#### **Практичне заняття 4. Ідеація**

На етапі створення ідеї новатори сформулюють соціальну проблему та визначать свого клієнта/користувача/бенефіціара.

Це захоплюючий етап, на якому дослідження відкриття зустрічаються з першим моментом зближення, перетворюючись на ідеї.

В ідеалі, новатори навчаться користуватися інструментами, які допомагають вирішити проблему, глибоко вивчивши багато основних факторів. Після того, як проблема буде вивчена та точно налаштована на конкретну проблему, інноватори можуть перейти до модуля генерування ідей, в якому новатори навчатимуться методам мозкового штурму та як винайти ідеї для вирішення проблеми за допомогою спеціальних інструментів. Після того, як буде вироблено здорову кількість відчутних ідей, будуть запропоновані спеціальні інструменти, які допоможуть обрати найбільш життєздатні з них, які будуть просунуті до фази розробки.

З чим ви підете після проходження модулів:

**01** чітко певний виклик специфічного і відточений соціальні проблеми на благо точної мети (и)

**02** Серед безліч можливих ідей для вирішення проблеми

**03** Невеликого вибору життєздатних ідей для прототипу

## **Практичне заняття 5. Розвиток продукції/послуг**

У сфері розвитку продуктів/послуг будуть надані методи та інструменти, які допоможуть вивести на ринок нові продукти та послуги. Один із ключових елементів у створенні хорошого продукту/послуги вже був розглянутий у попередньому розділі - добре зрозуміти потреби та бажання замовника - тоді як інші будуть розглянуті тут у двох модулях: розробка концепції та аналіз бізнесу.

У модулі розробки концепції інноватори розвиватимуть ідею, обрану у послугу чи продукт, за допомогою низки інструментів, які допоможуть надати схему заходів, які необхідно виконати для впровадження рішення та подорожі, яку здійснюють клієнти/користувачі/бенефіціари під час обслуговування/досвід роботи з продуктом. Відображення цих критичних моментів допомагає новаторам також замислитись над проблемами/здобутками своїх кінцевих користувачів, щоб удосконалити своє рішення.

У модулі бізнес-аналізу новатори досліджують доцільність послуги/продукту, виконуючи серію аналізів, які враховують: необхідні ресурси, аналіз витрат та вигод та основу бізнес-моделі.

З чим ви підете після проходження модулів:

**01** Повністю розроблена стратегія розвитку послуг/продуктів

**02** Діюча бізнес - модель, яка демонструє доцільність рішення.

## **Практичне заняття 6. Прототип**

Прототипування - це фаза, на якій передбачені та розроблені послуги/продукти перевіряються та перевіряються. Це момент, коли ідея стає відчутною. Хоча представлені на даний момент, прототипування насправді

може відбутися в будь-який момент процесу, якщо новатори відчують потребу у швидкій валідації ідеї.

Два модулі, прототипування та оцінка прототипів, надають інструменти, які допомагають новаторам: (1) проектувати та створювати прототипи послуг/продуктів для тестування певних функцій чи процесів та (2) для збору корисного зворотного зв'язку, необхідного для вдосконалення чи покращення послуги/продукту.

З чим ви підете після проходження модулів:

**01** Ітераційний підхід до розробки послуги/продукту

**02** Випробуваний та вдосконалений прототип послуги/продукту

### **Практичне заняття 7. Стале зростання і вплив**

Розробка послуг/продуктів не закінчується створенням остаточної послуги/продукту для запуску. Натомість це процес, який триває у часі, коли змінюються ринок та потреби. Тому необхідно запровадити стратегію, яка гарантуватиме як короткострокове, так і довгострокове зростання рішення. Необхідно також вжити заходів для забезпечення досягнення запланованого впливу. Наявність систем, що контролюють сталий розвиток та вплив рішення, насправді є важливим для загального успіху рішення.

Модуль, що входить до галузі «Вимірювання впливу», заохочує новаторів розробляти стратегію сталого зростання та впливу. Основний інструмент надається, щоб допомогти організації створити показники ефективності та заходи впливу.

З чим ви підете після проходження модулів:

**01** Стратегія впливу з методами виправлення припущень

## **Практичне заняття 8. Можливості фінансування**

На етапі фінансування новатори зможуть визначити деякі потенційні джерела фінансування своїх соціальних інновацій, щоб покращити досягнення своїх цілей. Існує чимало інструментів фінансування, починаючи від грантів, позик, пайового фінансування, краудфандингу, ангельських інвесторів та механізмів розподілу доходів тощо. Усі вони відрізняються не тільки залежно від типу соціального новатора (наприклад, приватна організація, державний орган, окремі особи тощо.), а також до країни (наприклад, Великобританія має більше джерел фінансування, ніж Східна Європа). Вибір новатора також буде залежати від різних факторів, таких як фаза інновації, використання фінансування, залучення персоналу, необхідний час та інші наявні ресурси новатора.

Оскільки ця сфера надзвичайно широка через низку різних факторів, які необхідно враховувати при прийнятті рішення про правильний варіант фінансування, ці модулі не дадуть повного інструментарію соціальним новаторам щодо того, як отримати фінансування. Вони насправді є першим кроком у наданні певних знань про те, як використовувати інструменти для розробки правильної стратегії фінансування як для початку та структурування своїх ідей/проектів (наприклад, матриця журнальної рамки). Оскільки більшість, але не всі соціальні новатори прагнуть фінансувати свої соціальні інновації за допомогою певних інвестицій, фокус цих модулів також на наданні інструментів, які допоможуть новаторам у презентації та розкритті своєї ідеї, а також у обговоренні аргументів перед потенційними інвесторів.

З чим ви підете після проходження модулів:

**01** Огляд фінансових потреб, цілей, ресурсів та обмежень з одного боку та варіантів фінансування з іншого боку

**02** Вибір відповідної стратегії фінансування

### 03 Розроблений план презентації та ведення переговорів з інвесторами

#### **Практичне заняття 9. Брендинг та маркетингові зв'язки**

Після того, як соціальні новатори розробили та вдосконалили свою ідею та перетворили її на стабільну та стійку модель, важливо додати комунікаційний та візуальний шар, адаптований до очікувань цільової аудиторії та ринків. Основна увага модулів брендингу та маркетингової комунікації полягає у наданні соціальним новаторам інструментів, які можуть допомогти їм зрозуміти, як розвивати та використовувати бренд для своїх соціальних інновацій, створювати пам'ятну візуальну ідентичність, продавати свої соціальні інновації, щоб охопити своїх бенефіціарів із найкращою віддачею. інвестицій, а також будувати та підтримувати тісні зв'язки зі своєю громадою та громадськістю.

Брендинг - це вираження суттєвої істини чи цінності організації, продукту чи послуги. Це передача характеристик, цінностей та атрибутів, які пояснюють, що таке конкретна марка, а що ні. Брендинг передує будь - яким маркетинговим зусиллям і лежить в їх основі. На сучасному ринку, що розвивається та динамічно розвивається, маркетинг представлений у різноманітних формах на основі аудиторії, медіа -платформи та бізнесу. Багато вживають слова брендинг та маркетинг як взаємозамінні, але між ними є важливі відмінності. Простіше кажучи, якщо бренд - це стратегія, маркетинг - це тактика.

З чим ви підете після проходження модулів:

**01** Розуміння процесу розвитку бренду

**02** Визнання важливості брендів

**03** Розроблені елементи бренду та маркетингової стратегії

04 Підготовлений маркетинговий план, орієнтований на цілі, завдання, стратегії та тактику

05 Підвищення цінності бренду

06 План відносин з громадськістю та спільнотою з наміченими відносинами та комунікаційну стратегію

## **Практичне заняття 10. Імпакт-інвестиції**

Критерії імпакт-інвестицій.

1 Постановка мети

Імпакт-інвестиції за визначенням передбачають створення соціального ефекту, вирішення соціальних проблем. Без цього критерію, це звичайні інвестиції.

2 Очікування повернення інвестиції

Імпакт-інвестор, як і інші інвестори, очікує отримати дивіденди або продати свою частку в стартапі. Якщо ви шукаєте цільові безповоротні гроші - краще шукати гранти.

3 Більш низький спектр очікувань від фінансового повернення

Повернення по імпакт-інвестиціям (тобто обсяг грошей, який потрібно буде повернути імпакт-інвестору), як правило, нижче, ніж у чисто комерційних фінансових продуктів (акції, облігації і т.д.), тому що значна частина вкладень повертається в негрошовому результаті проекту.

4 Вимірювання і оцінка соціального впливу

Методологія оцінки імпакт, регулярний збір даних і їх презентація в зіставленні з фінансовими показниками - це ключовий елемент імпакт-інвестицій. Чи можете ви порахувати, скільки добра ви завдаєте світу кожен день?

- [Типи та етапи життя соціальних стартапів](#)
- [Обчислюємо обсяг інвестицій](#)
- [Де знайти інвестора](#)
- [Оформлення угоди](#)  
[Довгострокова робота з інвестором](#)



#### **4. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Основними методами навчання є: лекції, тренінги, ситуаційні завдання, ділові ігри, практичні завдання, наукова робота, провокаційні запитання.

#### **5. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ**

Оцінювання результатів поточної роботи (завдань, що виконуються на практичних, семінарських, лабораторних, індивідуальних заняттях та консультаціях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями:

Розрахункові завдання, задачі, лабораторні роботи (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень. Ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень. Підсумкові оцінки з навчальної дисципліни «Технології публічного управління» виставляються студентам за сумарною кількістю набраних балів, отриманих в результаті поточного контролю.

Позитивні оцінки виставляються тільки тим студентам, які виконали всі види навчальної роботи, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни і набрали за результатами поточного контролю не менше 60 балів.

## **6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. “Стартап с пользой” from ‘Стартап с пользой. Скачать бесплатно пособие по привлечению импакт-инвестиций’ by Denis.” Стартап с пользой. Скачать бесплатно пособие по привлечению импакт-инвестиций, 2021, URL: [startup.te-st.ru/](http://startup.te-st.ru/). (дата звернення 10 вересня 2021).
2. “DIY Toolkit - Observatory of Public Sector Innovation.” Observatory of Public Sector Innovation, 20 Feb. 2019, URL: [oecd-opsi.org/toolkits/diy-toolkit/](http://oecd-opsi.org/toolkits/diy-toolkit/). (дата звернення 10 вересня 2021).
3. “DSI Toolkit.” Github.io, 2021, URL: [dsi4eu.github.io/toolkit/](https://dsi4eu.github.io/toolkit/). Accessed 10 Sept. 2021.
4. “Innovations – Social Innovators.” Social-Innovators.eu, 2021, URL: [www.social-innovators.eu/innovations/](http://www.social-innovators.eu/innovations/). (дата звернення 10 вересня 2021).
5. “Search Toolkits - Observatory of Public Sector Innovation.” Observatory of Public Sector Innovation, 13 Jan. 2021, URL: [oecd-opsi.org/search-toolkits/?\\_sft\\_discipline-or-practice=social-innovation](http://oecd-opsi.org/search-toolkits/?_sft_discipline-or-practice=social-innovation). (дата звернення 10 вересня 2021).
6. “SIC Manual for SI – Silearning.” Silearning.eu, 2020, URL: [www.silearning.eu/sic-manual-for-si/](http://www.silearning.eu/sic-manual-for-si/). (дата звернення 10 вересня 2021).
7. “Social Lean Canvas - Observatory of Public Sector

Innovation.” Observatory of Public Sector Innovation, 20 Feb. 2019, URL: [oecd-opsi.org/toolkits/social-lean-canvas/](https://oecd-opsi.org/toolkits/social-lean-canvas/). (дата звернення 10 вересня 2021).

8. “The Open Book of Social Innovation.” Nesta, 2013, URL: [www.nesta.org.uk/report/the-open-book-of-social-innovation/](http://www.nesta.org.uk/report/the-open-book-of-social-innovation/). (дата звернення 10 вересня 2021).

9. “The Social Design Methods Menu - Observatory of Public Sector Innovation.” Observatory of Public Sector Innovation, 20 Feb. 2019, URL: [oecd-opsi.org/toolkits/the-social-design-methods-menu/](https://oecd-opsi.org/toolkits/the-social-design-methods-menu/). (дата звернення 10 вересня 2021).

10. 100 Urban Trends - BMW Guggenheim Lab.” [bmwguggenheimlab.org](http://bmwguggenheimlab.org), 2011, URL: [www.bmwguggenheimlab.org/100urbantrends#!/about/](http://www.bmwguggenheimlab.org/100urbantrends#!/about/). (дата звернення 10 вересня 2021).

11. 100 соціальних інновацій фінляндії. як із фінляндії получилась фінляндія: політичні, соціальні і побутові інновації. 2018. 360 с. URL: <https://finlandabroad.fi/documents/4248263/0/100+%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85+%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9+%D0%B8%D0%B7+%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%BB%D1%8F%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B8.pdf> (дата звернення 10 вересня 2021)

12. Collective Action Toolkit - Observatory of Public Sector Innovation.” Observatory of Public Sector Innovation, 20 Feb. 2019, URL: [oecd-opsi.org/toolkits/collective-action-toolkit/](https://oecd-opsi.org/toolkits/collective-action-toolkit/). Accessed 10 Sept. 2021.

13. Creating City Portraits: A Methodological Guide from the Thriving Cities Initiative - Observatory of Public Sector Innovation.” Observatory of Public Sector Innovation, 2018, URL: [oecd-opsi.org/toolkits/creating-city-portraits-a-methodological-guide-from-the-thriving-cities-initiative/](https://oecd-opsi.org/toolkits/creating-city-portraits-a-methodological-guide-from-the-thriving-cities-initiative/). (дата звернення 10 вересня 2021).

14. MODELS OF IMPACT. A Role-Playing And Ideation Game That Simulates The Process Of Launching A Social Enterprise”. , 2021, URL: [www.modelsofimpact.co/](http://www.modelsofimpact.co/). (дата звернення 10 вересня 2021).

15. Skills, Attitudes and Behaviours That Fuel Public Innovation.” Nesta, 2019, URL: [www.nesta.org.uk/toolkit/skills-attitudes-and-behaviours-fuel-public-innovation/](http://www.nesta.org.uk/toolkit/skills-attitudes-and-behaviours-fuel-public-innovation/). (дата звернення 10 вересня 2021).
16. Вибірка – Навчитися. Socialbusiness.in.ua, 2021, URL: [socialbusiness.in.ua/vybirka-navchytysia/](http://socialbusiness.in.ua/vybirka-navchytysia/). (дата звернення 10 вересня 2021).
17. “Соціальне підприємництво.” Prometheus.org.ua, 2021, URL: [courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:WNISEF+SE101+2017\\_T4/about](http://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:WNISEF+SE101+2017_T4/about). (дата звернення 10 вересня 2021).
18. Social Innovation - Open Online Course - iversity. “Social Innovation - Open Online Course - Iversity.” Social Innovation - Open Online Course - Iversity, 2016, URL: [iversity.org/en/courses/social-innovation-моос-en-november-2015](http://iversity.org/en/courses/social-innovation-моос-en-november-2015). (дата звернення 10 вересня 2021).