

ПЛАНИРОВАНИЕ ШАГ ЗА ШАГОМ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЙ БОРЬБЫ С БЕШЕНСТВОМ

ШАГ 1: Научная оценка

Опишите проблему, научное подтверждение и научное содействие с другими деятельностью.

Какова ситуация бешенства в моей стране? _____

Какие районы больше всего затрагивает бешенство? _____

Почему люди подвергаются опасности заражения? Какое поведение подвергает их риску заражения? _____

Какие факторы поведения культурные, демографические, физические могут повлиять на то, как люди воспринимают информацию по борьбе и по предотвращению бешенства? _____

ШАГ 2: Определите цель передачи этой информации

Какова цель вашего охвата? Определите цель (и) и задачу (и)?

Главная цель этого мероприятия: _____

Цель: _____

Задача №1: _____

Задача №2: _____

Задача №3: _____

ШАГ 3: Установите объект вашей аудитории (ий)

А. Первая аудитория

Из ШАГА №1 видно, кто может вам определить какие районы больше всего подвергаются заражению бешенством?
(Это и есть ваша первая аудитория) _____

Б. Вторая аудитория

Кто имеет влияние на вашу первую аудиторию? _____

В. Третья аудитория

Какие группы играют важную роль в предотвращении и контроле заражения бешенством? _____

ШАГ 4: Развитие и тестирование

Главная цель идеи передать информацию аудитории одним или двумя предложениями. Точные формулировки окончательного сообщения должно быть разработано и предварительно протестировано экспертами и членами целевой аудитории.

Главная информация:

Опорная информация:

Тестирование информации техническими экспертами (кто и когда):

Формулировка тестирования информации и поставка форматов с людьми из определенной аудитории (кто и когда):

ШАГ 5: Выбор средств массовой информации

Какие информационные каналы доступны к моей аудитории? _____

Каким информационным каналам доверяет моя аудитория? (Например, большинство детей доверяет своим учителям, что делает школьные образовательные инициативы полезны детям.) _____

Какие коммуникационные каналы доступны, согласно нашему бюджету?

Можем ли комбинировать и распространять информацию через несколько каналов коммуникации одновременно?

ШАГ 6: Определение лучший способ передачи информации

В какое время года наибольший риск заражения? _____

Могут ли происходить другие события, конфликтующие с нашей информацией? Да/ Нет (укажите) _____

Могут ли происходить другие события, которые приветствуют нашу информацию? Да / Нет (укажите) _____

Может ли распространяться одновременно информация о случаях бешенства и другие события? Да / Нет (укажите) _____

Проводятся ли мероприятия в вашем районе во всемирный День борьбы с бешенством? _____

Может ли распространяться информация во Всемирный День борьбы с бешенством? Да / Нет (укажите) _____

Можем ли мы сделать новости "крючок", что бы привлечь внимание в этот период времени Да / Нет (укажите) _____

Можем ли мы выдержать наши сообщения после первого запуска? Да / Нет (укажите) _____

Каким образом мы можем распространять информацию круглый год? Да / Нет (укажите) _____

ШАГ 7: Внедрение общественного плана

Как мы должны представлять свою кампанию? _____

Если у нас есть событие, связанное с запуском? Да / Нет (укажите) _____

Как мы должны получать информацию из средств массовой информации? _____

Какие партнеры должны быть включены в наши списки? _____

Как мы можем узнать, достигаем ли мы целевой аудитории? _____

Как мы можем заинтересовать наших партнеров и средства массовой информации на длительный период? Да / Нет (укажите) _____

Контрольный список внедрения	
<input type="checkbox"/>	Готовые материалы, готовые к распространению
<input type="checkbox"/>	Партнеры, готовые к сотрудничеству
<input type="checkbox"/>	Подготовленные поставщики здравоохранения, готовые ответить на любые вопросы
<input type="checkbox"/>	Подготовленные докладчики
<input type="checkbox"/>	Зарегистрированные представители СМИ

<input type="checkbox"/>	Приглашения
<input type="checkbox"/>	Готовность прослеживать проведение программы

ШАГ 8: Оценка усилия и его влияние

Для проведения процесса оценки, вы можете использовать следующие показатели. Изменить, чтобы совпасть с задачами, поставленными в Шаге № 2.

Для оценки информированности (цель № 1), задайте себе следующие вопросы:

- Сколько областей / населенных пунктов приняли участие в мероприятиях профилактики бешенства?
- Как много событий было проведено?
- Сколько человек приняли участие в этих событиях?
- Сколько партнеров приняли участие в мероприятиях, или содействовали распространению информации по профилактике бешенства?
- Как много государственных учреждений приняли участие в мероприятиях, или содействовали информации по профилактике бешенства?
- Сколько международных учреждений были представлены в вашей местности (например, МЭБ, ВОЗ, ФАО)?
- Сколько людей посетили ваш сайт?
- Как долго люди остаются на сайте?
- Как много людей скачали материалы с Вашего сайта?
- Сколько человек задавали вопросы через телефонные линии или послали запросы по электронной почте
- Сколько учебных материалаов было распространено?
- Сколько человек были охвачены вашей рассылкой или распространением?
- Сколько человек были охвачены рассылкой или распространением ваших партнеров?
- Сколько статей в средствах массовой информации или новости, которые рассказывают вашу тему?
- Сколько человек было достигнуто в средствах массовой информации?
- Сколько партнеров готово работать с вами в следующем году?

Чтобы оценить объем **мобилизованных ресурсов** (цель № 2), задайте себе следующие вопросы:

- Сколько собак были вакцинированы?
- Сколько других животных было вакцинировано?
- Какое количество прививок в этом году по сравнению с прошлым годом?
- Сколько животных было стерилизовано/ кастрировано?
- Сколько средств вам понадобилось для поднятия охвата?
- Какова была общая стоимость, которую получили корпоративные и фондовые поддержки?
- Какова была общая стоимость натуральной поддержки, которую вы получили от всех партнеров?
- Сколько средств вам удалось поднять для будущих усилий?

Для оценки **просветительской деятельности** (цель № 3), спросите себя следующие вопросы:

- Сколько людей было затронуто вашей информацией?
- Сколько учебных материалаов было распространено вашей организацией?

- Сколько учебных материалов было распределено вашими партнерами?
- Сколько школ были в состоянии принять участие в образовании бешенства?
- Сколько студентов были затронуты через образовательные программы?
- Сколько областей / населенных пунктов смогли провести просветительскую работу?

Проведение **оценки результатов**, искать возможности для проведения либо письменный опрос или организовать фокус-группы с целевой аудиторией для оценки их **знаний, отношений и поведения** по вопросам профилактики бешенства и контроля в вашем регионе.

Как вы будете проводить оценку вашей программы?

Кто будет отвечать за составление письменного отчета?

Кто получит копию письменного доклада об оценке?

СВОДНАЯ ТАБЛИЦА:

Заполнить сводную таблицу ниже, чтобы помочь вам соединить вместе все выше указанные шаги. Эта таблица поможет вам в вашем общем плане распространения информации.

Резюме информационной пропаганды

<i>Целевая Аудитория</i>	<i>1°/2° Сообщения</i>	<i>Каналы распределения</i>	<i>Сроки выпуска</i>
Основная Аудитория:	•	•	•
Вторичная Аудитория:	•	•	•
Третичная Аудитория :	•	•	•

Список литературы

Браунсон Красный Крест и Нельсон Д. Е. (2002). *Эффективное распространение информации по вопросам здравоохранения: руководство для практиков*. Вашингтон, DC: Американская ассоциация общественного здоровья.

Национальный институт рака (2002). *Создание программ здравоохранения Связь работы*. Вашингтон, округ Колумбия, США Департамент здравоохранения и социальных служб.