

2021 年度上海浦东新区善行公益服务中心 工作计划（2021 年 1 月 28 日）

2020 年我们克服了许多困难，在疫情的打击下我们并没有被打败。相反通过激发出的凝聚力和战斗力，组织在各方面都得到了长足的进步。无论是内部管理、人才梯队，还是外部项目、社会影响力都得到了一定的发展。2021 年，我们仍然会根据三年规划，在以下几点做到进一步发展。

一、量化宽松内部管理，采用更灵活的办公方式

（一）目标

为了增加组织的灵活度与自由度，在保证内部管理制度的核心内容不发是改变的前提下，允许组织成员更加自由的上下班，解放更多的时间给成员，用以业务拓展、项目跟进、能力提升、兴趣挖掘等，以更人性化、更温柔的方式管理社会组织。

（二）主要举措

1. 既设定组织准时打卡的全勤奖，也允许组织成员灵活上下班，根据成员意愿进行自我调节。

2. 每月组织 1 场组织成员团建活动，用以组织文化建设。

二、收紧人员培训成本，更加注重团队能力打造

（一）目标

为了使组织更具战斗力，在保证成员成本的前提下，对组织进行长期的培训规划和招募计划。主要可以从内外部培训、人员实习、人

员招募、技能证书等方面实现。

（二）主要举措

1. 每月设置 1 场组织内部 ， 由组织战略部门负责。主要内容包含政府条线工作介绍、社区治理前沿案例、其他社会组织项目展示、外区项目采访等。

2. 每季度开展一次组织内部技能培训，包含项目管理、人员沟通、心理建设等。

3. 每季度保持 1 名在校实习生，每季度面试不少于 3 名社会治理专业的毕业生，有需要可及时扩充组织成员人数。

4. 要求组织成员具备初级社工资格，2021 年目标增加 2 名具有初级及以上资质的成员。

三、加强组织文化宣传，力争走出上海迈向全国

（一）目标

为了能够使组织的社会影响力进一步提升，必须要加强组织在线上线下多个渠道的文化宣传，力争在 2021 年走出上海，在三年规划末期优先涉足长三角，逐步向全国其他地区进行推广。

（二）主要举措

1. 进一步加强企业文创产品设计与制作，计划 2021 年制作如环保袋、纸杯、笔记本、水笔、礼品盒、信封等各类具有明显标识或组织文化字样的文创产品。

2. 设立专人专岗，每季度一次，定期更新组织官方网站 (www.shinething.com)。

3. 设立专人专岗，每月一次更新组织宣传 PPT。
4. 设立专人专岗，每半年一次更新组织纸质宣传册。
5. 设立专人专岗，负责组织公众号文章的撰写和发布，定时每周二晚 7 点发布。
6. 设立量大公众号专栏《善行观察》与《社区那些事儿》，分别就社区治理问题及社区奇闻异事为主题。
7. 参加上海市级、区级社会治理论坛，并计划与全国其他地区的优秀社会组织、社会机构建立联系。

四、横向拓展业务范围，纵向钻研社区治理深度

（一）目标

试图伴随组织影响力的向外扩展，将组织业务横向拓展，首先是在上海做到走出浦东和虹口，争取在闵行、黄浦、杨浦等区开辟新的落脚点。同时需要提升社区治理的深度和高度，用更高的格局，更广阔的视野看待我们现在所做的事情。

（二）主要举措

1. 以社区调研为切入口，深入社区治理问题调研，开展不少于 4 个主题的调研活动。
2. 拓展培训工作，承接不少于 5 个街镇的基层能力培训工作。
3. 与高校开展校企合作，向社区、政府输送不少于 10 名社会治理专业人才。
4. 加深品牌项目建设力度，根据街道要求继续拓展“三口一视界”建设点位，做到微创新、微更新，更进一步提升理念高度。

5. 深挖社区运营，在市民驿站、世博家园、慈善超市等多个方面建立社群。深度贴合居民需求，在社区服务、社区活动两块发力，年度活动场次达 300 场，便民服务达 200 场。开展各类大型主题活动不少于 2 场。