Erasmus+

SOEN 3.0

PlaNET Social ENTERprise

ENTERPRISE YOUR REGION

B- LEARNING KURZ ZAMERANÝ NA ŠPR, MPR A TVORBU PROJEKTOV

B- LEARNING KURZ ZAMERANÝ
NA ŠPR, MPR A TVORBU PROJEKTOV

AUTORI:
- Agnieszka Tercz,
- Monika Steskova,
- Tomasz Molęda

SPIS TREŚCI

Uvod i fokus | 1

JEDINICA 1 | Teambuilding blokovi | 3

JEDINICA 2 | Rozwój projektu | 4

2.1. Co to jest projekt?
2.2 5W + KAKO PITANJE | 5
2.3 SWOT Analiza | 6
2.4 Poslovni model | 6

JEDINICA 3 | Upravljanje projektom | 7

PRINCE2 - strukturirana metodologija upravljanja projektima | 8
Mind mapping kao oblik sistematizacije informacija | 13
Uloge ljudi u grupi | 14
Persona | 14
Mapiranje empatije | 15

JEDINICA 4 | Marketing | 17

JEDINICA 5 | Inovacija i održivost | 19

Zlatni krug | 20
5xZAŠTO metoda | 20
Održivost | 21

JEDINICA 6 | Financijska struktura | 22

Ocjena | 23
Gamifikacija | 24
Gamifikacija u trenažnom procesu | 25
Shema školske obuke | 25

PRILOZI

Úvod a zameranie

Cieľom školenia B-learning o participatívnom rozpočte školy (SPB), participatívnom rozpočte obce (MPB) a tvorbe projektov je poskytnúť pilotné kurzy vyššieho vzdelávania a ďalšieho vzdelávania v oblasti tvorby projektových nápadov študentov/aktívnych občanov s využitím systému participatívneho rozpočtu školy/obce a nástrojov neformálneho vzdelávania.
V rámci tohto školiaceho manuálu sa vyrovnávame s novými výzvami, ktoré vyplývajú zo situácie COVID-19, kde školy a obce začali využívať nové online vzdelávacie/komunikačné nástroje. Odborné znalosti pre návrh tohto kurzu vyššieho vzdelávania vychádzajú z dlhoročných skúseností projektových partnerov´ v oblasti prípravy projektov a projektového riadenia, a kde bola dôkladne preskúmaná súvisiaca literatúra, médiá a re- zdroje.

Občianska participácia je účasť na rozhodovaní a riadení. Rozlišujeme 4 úrovne občianskej participácie:

- informovanie,
- zhromažďovanie informácií,
- konzultácie,
- spolurozhodovanie.

Spolurozhodovanie je najvyššia úroveň účasti. Spolurozhodovanie je situácia, v ktorej obyvatelia prijímajú rozhodnutia, ktoré potom vykonávajú vládcovia. Príkladom sú participatívne rozpočty obcí.
Participatívny rozpočet obce (MPB) je proces, v ktorom obyvatelia rozhodujú o rozdelení časti rozpočtu mesta alebo obce. Pri jeho uplatňovaní nahlasujú svoje potreby a nápady, s ktorými sú spokojní. Potom sa uskutoční hlasovanie. Participatívny rozpočet v každom meste sa riadi osobitnými pravidlami.[1]

Koncepcia občianskeho rozpočtu slúži na jednej strane na aktivizáciu obyvateľov vo verejnom živote a zvýšenie spoločenského záujmu o fungovanie samosprávy, na druhej strane podporuje väčšiu otvorenosť orgánov samosprávy voči potrebám danej komunity a podporuje väčšiu presnosť prijímaných investičných rozhodnutí. Občiansky rozpočet má veľmi dôležitú sociálnu funkciu: zvyšuje pocit identifikácie obyvateľov s danou komunitou a zvyšuje dôveru vo vybrané zastupiteľské orgány.[2]
Hlavným cieľom používania participatívneho rozpočtu je zapojiť obyvateľov do procesov riadenia mesta, obce alebo regiónu a zahrnúť do nich prvok deliberácie - t. j. diskusie v širokej skupine členov komunity, ktorí vystupujú ako "experti vo svojom mene", vyjadrujú svoje potreby a začínajú diskusiu o prioritách komunity z pohľadu jej spoločného dobra. Táto otvorenosť voči obyvateľom však nie je samoúčelná: má viesť k efektívnemu vynakladaniu spoločných prostriedkov z miestneho rozpočtu a budovaniu väzieb v miestnej komunite. Múdro koncipovaný a vedený proces participatívneho rozpočtu má šancu stať sa nástrojom, vďaka ktorému budú môcť obyvatelia pocítiť skutočnú spoluzodpovednosť za svoju miestnu komunitu a s jeho pomocou sa "vycvičiť" v spolupráci vo svoj prospech ‘prípravou projektov, diskusiou o nich a napokon - mobilizáciou pre zodpovedný výber projektov na realizáciu.

Participatívny rozpočet môže byť výborným nástrojom vzdelávania v oblasti samosprávy - podnecuje obyvateľov k pohľadu na mechanizmy tvorby a čerpania miestnych rozpočtov, núti ich rozhodovať o výdavkových prioritách, ale aj uvažovať o širšej vízii rozvoja daného mesta. To všetko sa odráža v spôsobe zostavovania rozpočtu.

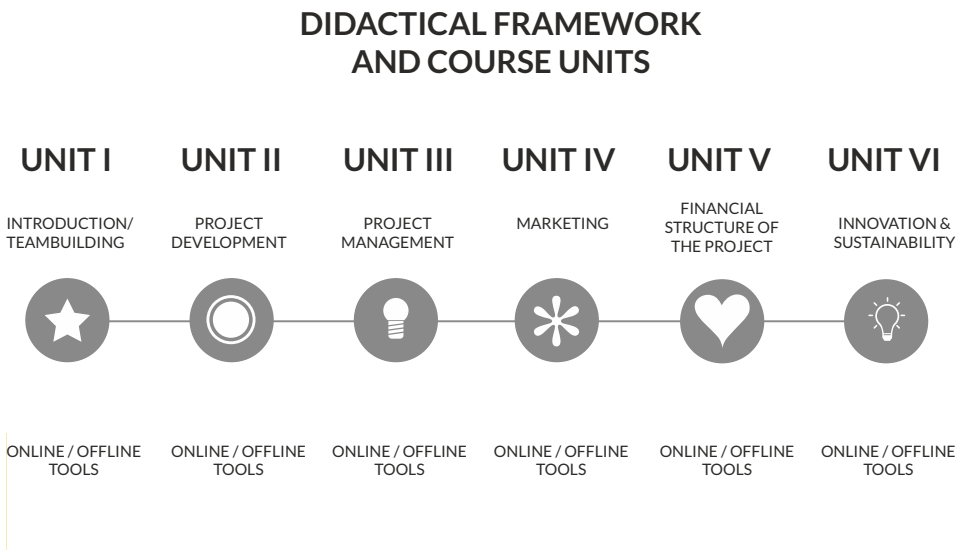
Podobná situácia môže byť aj v školstve. Princípy participatívneho rozpočtu obce môžete preniesť na úroveň školy. Na podobných princípoch môže školská komunita rozhodovať o časti finančných prostriedkov v rozpočte školy. Mladí ľudia sa zároveň učia plánovať vlastné iniciatívy, riadiť úlohy, rozdeľovať zodpovednosť v skupine, zodpovednosť, spoluprácu, angažovanosť, získavajú veľké skúsenosti a nové kompetencie. Podobne aj v školskom participatívnom rozpočte sa začína vyčlenením časti peňazí na tento účel, predkladaním nápadov na realizáciu vo forme žiadostí, potom prebieha propagácia plánovaných oddelení a výsledkom hlasovania je výber najlepších a najzaujímavejších nápadov, ktoré sa potom realizujú.

Vďaka tomu si mladí ľudia môžu prejsť celým procesom navrhovania od nápadu až po realizáciu, pričom majú po ceste skúsenosti s mnohými požiadavkami a postupmi, ktoré je potrebné dodržať, a vidia, koľko sa toho počas celého procesu navrhovania deje.

1. https://poledialogu.org.pl/wp-content/uploads/2016/05/1-najwazniejsze-wiadomosci-o-BP.pdf
2. https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/187/plik/ot-682.pdf
3. https://partycypacjaobywatelska.pl/wp-content/uploads/2014/06/broszura-budzety-partycypacyjne.pdf

Metodický rámec

Obsah kurzu je rozdelený do šiestich modulov, z ktorých každý má 270 minút výučby (255 minút na výučbu a učenie sa plus 15 minút na hodnotiace otázky k týmto pilotným modulom). Obsah a poradie modulov sú znázornené na nasledujúcej schéme:



KAPITOLA 1 Teambuildingové bloky

Teambuilding je forma aktivity, ktorá slúži na integráciu skupiny, ale je aj nástrojom na prácu s touto skupinou. Základnou myšlienkou je práca v tímoch na pozadí väčšieho tímu, často so spoločným zhrnutím, ktoré pomáha odrážať úlohy jednotlivcov v skupine. Teambuilding je veľmi atraktívnou súčasťou školenia, je prvkom diagnostiky potrieb školenia alebo rozšírením už uskutočneného školenia, kde majú účastníci možnosť vyskúšať si získané zručnosti v praxi.

Dobrá integrácia tímu je veľmi dôležitá pre ich efektívnejšiu a účinnejšiu prácu. Pochopenie cieľa práce tímu, dodržiavanie hodnôt organizácie, jasná komunikácia informácií medzi členmi tímu, vhodná adaptácia v podnikateľskom prostredí, v ktorom tím pôsobí - v každom z týchto aspektov je to dobrá integrácia tímu, ktorá zvyšuje produktivitu zamestnancov a minimalizuje riziko rotácie. Integrácia tímu sa definuje aj ako prehlbovanie vzťahov medzi zamestnancami, vytváranie atmosféry dôvery a ochoty spolupracovať a poskytovať si vzájomnú pomoc v zložitejších situáciách.[4]

Na prípravu integračných cvičení nepotrebujete veľa skúseností. Môže ísť len o prípravu stretnutia a zavedenie neformálnejšej atmosféry.
Vo väčších organizáciách sa takýmito úlohami zvyčajne zaoberajú ľudia so skúsenosťami v oblasti riadenia ľudských zdrojov. Budovanie tímu však nemusí vždy spočívať v organizovaní stretnutí. Na tento účel možno využiť napríklad rôzne typy hier a aktivít, ktoré si vyžadujú spoluprácu a interakciu. Zaujímavým riešením je aj vytvorenie plagátov s motivačnými sloganmi podporujúcimi spoluprácu.[5]

Príklady hier, ktoré možno použiť v tejto časti:
1. Raft
Cieľom tohto cvičenia je aktivizovať účastníkov, posilniť spoluprácu a väzby v skupine.

Na vykonanie cvičenia potrebujete deku, ktorú položíme na zem - je to naša plť. Všetci účastníci sa postavia na deku - veľkosť deky by mala byť daná pre danú skupinu tak, aby sa na ňu všetci zmestili, zároveň aby nemali príliš veľa priestoru na pohyb. Čím tesnejšie účastníci stoja, tým je úloha ťažšia. Môžete tiež vytvoriť dve skupiny na dvoch samostatných dekách/uterákoch a uskutočniť súťaž medzi skupinami.

Ľudia stojaci na plti musia deku otočiť. Pozor! Nemôžete použiť ruky alebo nechať niekoho spadnúť z plte a zísť z deky.

2. Zvieratká
Budete potrebovať kartičky s názvami zvierat - dve kartičky pre každé meno a párny počet účastníkov. Každý účastník dostane papierik a potom na znak každý oznámi zviera, ktoré si vylosoval. Úlohou účastníkov je nájsť svoje "dvojča".

3. Hluchý telefón
Účastníci sa postavia do radu jeden za druhým. Prvý účastník dostane papierik so slovom. Musí ho len prostredníctvom sledu pohybov/gest predložiť ďalšiemu účastníkovi. Ostatní ju/ho nevidia, stoja k nej/nemu chrbtom. Účastníci sa postupne otáčajú jeden za druhým. Ich úlohou je odovzdať správu poslednej osobe. Posledná osoba v rade nahlas povie, ako slovu rozumie, a porovná ho s hádaným slovom na papieriku.

Pozor! Pre vaše pohodlie môžete zadať kategóriu hádaného slova.

4. Slovné hračky
Jeden z účastníkov dostane kartičku s hádaným slovom. Teraz má za úlohu oznámiť hádané slovo svojej skupine len pomocou kresieb na papier, nemôže použiť slová (potrebný je veľký flipchart a fixka). Skupina musí uhádnuť, čoho sa hádané slovo týka. Ak chcete zaviesť súťaž, môžete skupinu rozdeliť na dva tímy - raz háda slovo jedna skupina, inokedy druhá skupina. Tá, ktorá to urobí rýchlejšie, získava bod.

5. Všetko na P
Pred začatím hry by ste si mali pripraviť kartičky so sloganom a kategóriou, do ktorej patrí, napríklad názov filmu, veci a pod. Účastníkov rozdelíme do skupín po niekoľkých ľuďoch. Jeden človek zo skupiny dostane kartičku s heslom, ktorú neukazuje ostatným účastníkom. Jeho úlohou je opísať heslo len slovami začínajúcimi na písmeno "P". Úlohou skupiny je čo najrýchlejšie uhádnuť heslo, pričom za každé vylúštené heslo dostane bod. Vyhráva tím, ktorý v stanovenom čase získa najviac bodov.

6. Nakreslite domček
Účastníci sú rozdelení do dvojíc. Každá dvojica dostane list papiera a fixku/pero. Ich úlohou je nakresliť dom - majú voľnosť, pokiaľ ide o prvky samotného domu a to, čo je okolo. Je dôležité, aby si skupiny navzájom nevideli svoje obrázky. Potom vedúci zozbiera všetky práce, premieša ich a rozdá ich len jednej osobe zo skupiny tak, aby ich druhá osoba nevidela. Je dôležité, aby sa obrázok nevrátil do skupiny, ktorá ho namaľovala. Druhá osoba z dvojice musí znovu vytvoriť získaný výkres na novom liste papiera, pričom počúva napríklad len príbeh kamaráta: "Dom je v strede strany." "Pred domom je plot.", "Vpravo je vysoký strom s 5 jablkami." Nakoniec sa porovnajú oba obrázky, aby sa zistilo, ako sa komunikácia podarila.

Druhý variant tohto cvičenia je, keď sa pohybujúca sa osoba môže pýtať na podrobnosti, napr. "Je okno okrúhle alebo štvorcové?". "Vychádza z komína dym?"

Oba varianty môžete urobiť jeden po druhom a potom pokračovať v diskusii so skupinami o tom, aké sú ich postrehy a aké dôležité je komunikovať a klásť zdanlivo jednoduché otázky, ktoré nám pomáhajú spresniť oznámenie. Cvičenie učí, ako vnímať dôležitosť komunikácie v tíme pri odovzdávaní informácií kolegom, a ukazuje, že každý si môže rôzne otázky vykladať iným spôsobom.

Vyššie je uvedených niekoľko príkladov teambuildingových hier. Ďalšie hry nájdete v priloženom scenári DŇA 1.

KAPITOLA 2
Tvorba projektu

Tvorba projektu sa v porovnaní s riadením projektu nezameriava len na riadenie technických aspektov v rámci životného cyklu vývoja nehnuteľnosti. Vývoj projektu plánuje a riadi všetky aspekty potrebné počas životného cyklu vývoja nehnuteľnosti, ako napr:

- riadenie projektu
- marketing
- finančné riadenie
- udržateľnosť projektu.

Vývoj projektu je strategickejší, sleduje celkový projekt a jeho výsledky. V menších projektoch môže byť projektový manažér a manažér vývoja projektu tá istá osoba, ale vo väčších projektoch je lepšie mať oboch, pretože projektoví manažéri majú tendenciu byť vtiahnutí do každodenného riešenia problémov potrebných v každom projekte, čo ponecháva malý alebo žiadny priestor na strategické riadenie dlhodobých cieľov a zámerov projektu.

2.1 ČO JE TO PROJEKT?

Aby sme pochopili tvorbu projektu, musí byť jasné, že všetky druhy "činností" možno definovať ako "PROJEKT". Projektom môže byť napríklad: čítanie knihy, maľovanie, upratovanie izby, oprava nábytku atď.

V rámci tejto kapitoly je potrebné pochopiť, že všetky "projekty" majú rovnaký projektový tok. To sa dá efektívne dosiahnuť prostredníctvom "kávového projektu", nástroja neformálneho vzdelávania, kde sa účastníci učia projektové fázy prostredníctvom procesu výroby kávy.

2.2 5W + HOW OTÁZKA

Pri tvorbe projektového zámeru je potrebné odpovedať na tieto otázky, aby ste lepšie pochopili proces jednotlivých etáp projektu a pripravili sa na zložitejšie projektové schémy (napr. Ganttov diagram).

5 W + HOW OTÁZKY

ČO ?	PREČO ?	KDE ?	KTO ?	KEDY + AKO ?
ČO PRESNE SA MÁ VAŠÍM PROJEKTOM DOSIAHNUŤ? POUŽITE SVOJE ODPOVEDE Z ANALYTICKÉHO ANALYTICKÉHO DOTAZNÍKA ZO SWOT STRENGTHS & OPPORTUNITIES	PREČO CHCEM VYTVORIŤ TENTO PROJEKT? POUŽITE ODPOVEDE Z ANALÝZY SWOT SLABÉ STRÁNKY	KDE PRESNE CHCETE PROJEKT REALIZOVAŤ? MÔŽE TO BYŤ ŠKOLA/KULTÚRNY DOM/MIESTNE OBCHODY/INTERIÉR/EXTERIÉR	KTO BUDE VO VAŠOM TÍME? VYTVORTE DOBRÝ A SPOĽAHLIVÝ TÍM. ROZDEĽTE ÚLOHY MEDZI SVOJ TÍM. VYTVORTE SI JEDNÉHO MANAŽÉRA, ADMINISTRÁTORA, KOORDINÁTORA DODÁVOK....	KEDY BUDE PROJEKT REALIZOVANÝ A UKONČENÝ? AKO (POUŽITE SE OBCHODNÉ MODELY, KTORÉ STE SI VYBRALI) VYTVORTE ČASOVÝ HARMONOGRAM A ČASOVÝ RÁMEC PROJEKTU.

2.3 SWOT ANALÝZA

Ak chcete začať s riadením času, musíte si urobiť analýzu - tabuľku, ktorá vám pomôže prijať budúce opatrenia. Tu môžeme rozlišovať:

- vonkajšie faktory
  - príležitosti - udalosti, javy, ktoré môžu pomôcť pri rozvoji
  - hrozby - udalosti, javy, ktoré môžu brániť rozvoju
- vnútorné faktory
  - silné stránky - vlastnosti, schopnosti, zručnosti, ktoré môžu byť prínosom
  - slabé stránky - správanie, návyky, ktoré bránia efektívnemu konaniu.

Potom sa oplatí vykonať vecnú analýzu využitia času:

- časový rozpočet - ide o zaznamenávanie toho, čo bolo vykonané, a následnú analýzu týchto činností. Táto metóda je časovo náročná, ale umožňuje presné využitie času
- analýza "zlodejov času" - vďaka nej môžeme vytvoriť zoznam a odstrániť faktory, ktoré znižujú efektívnosť a predlžujú čas plnenia zverených úloh.

SWOT ANALÝZA

"SWOT analýza (alebo SWOT matrix) je technika strategického plánovania, ktorá sa používa na pomoc osobe alebo organizácii pri identifikácii silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb súvisiacich s obchodnou súťažou alebo plánovaním projektov. "

	INTERNAL	EXTERNAL
VNÚTORNÉ	**Silné stránky (výhody, ktoré mám)** Čo váš tím robí v rámci projektu naozaj dobre? (skúsenosti s témou, ľudia..) Aké hodnoty prinášate do školskej komunity? Aké zdroje, kontakty máte na dosiahnutie cieľa?	**Slabé stránky (osobná zranitelnosť projektu)** Čo nefunguje optimálne? Čo nám chýba - vedomosti, kontakty, zdroje? Je niečo, čo vám bráni v realizácii projektu? Ak áno, čo to je?
VONKAJŠIE	**Príležitosti (nejaké miestne/globálne aktivity na podporu myšlienky projektu?)** Nejaké globálne/priemyselné trendy týkajúce sa tejto témy? Akékoľvek prípady/politické rozhodnutia,/existujúce živé knižnice/ hnutia/trendy/kampane/hashtagy atď...príklady	**Hrozby (celkové prekážky vo svete)** Aké sú trendy (správanie) ostatných študentov/ ľudí, ktorí sa doteraz nezaujímali o tému vášho projektu ? Aké sú finančné hrozby?

2.4 BUSINESS MODEL

Keď už máte jasnú predstavu o tom, o čom projekt bude, musíte do neho pridať podstatu sociálneho podniku. Sociálny podnik spája komerčné a sociálne ciele, ale s dôrazom na tie druhé. Zisky sa reinvestujú do komunity alebo podniku.

ČO JE TO SOCIÁLNY PODNIK?

Na účely ŠPR sme vytvorili "modely sociálneho podnikania", kde si študenti môžu vybrať vlastný model a pridať prvok sociálneho podniku.

MODELY SOCÁLNYCH PODNIKOV

	Popis (online alebo offline) *Vyberte jeden alebo viac*	Sociálny vplyv (zvyšovanie povedomia) *Vyberte jedno alebo viac*	Sociálna hodnota *Vyberte najmenej dve hodnoty*	Voliteľná pridaná hodnota *Extra body :)*
Jednodňové podujatie	• Prednášky TEDx, návšteva štúdia • karneval, vianočný večierok • trh (SWAP, bší trh) • iný typ vzdelávacieho podujatia	• Životné prostredie (zmena klímy) • Občianske práva • Rasová alebo náboženská diskriminácia • Rodová nerovnosť • Diskriminácia na základe sociálnej orientácie • Bulying • Znižovanie chudoby • Posilnenie postavenia žien • Spravodlivý obchod • Zníženie množstva odpadu • Sociálna spravodlivosť • Chudobné vedenie • Užívanie alkoholu/drog mládežou • Bezdomovectvo	• Začlenenie osôb so zdravotným postihnutím (sociálne, ekonomické alebo iné) • Vytváranie pracovných miest/príležitostí pre osoby so zdravotným postihnutím • Ponuka alternatívnych miestnych výrobkov pre spotrebiteľov • Rastúce udržateľné zásobovanie trhu • Pestovanie sociálne zodpovedného spotrebiteľa • Využívanie miestneho dodávateľského reťazca (materiál, ľudia, služby) • Zameranie sa na ťažko dostupné skupiny (napr. mladí ľudia žijúci v uzavretých komunitách - Rómovia a iní sociálne vylúčení) • Zachovanie miestnej histórie/dedičstva • Inšpirovanie/motivovanie/zdieľanie vedomostí s inými ľuďmi (napr. živé knižnice, študijné pobyty)	• zisk z podujatia bude venovaný charitatívnym organizáciám pracujúcim s ľuďmi/zvieraťami/inými problémami • môžete poskytnúť dobrovoľnícku prácu pre existujúcu organizáciu • preukážte udržateľnosť svojho projektu (myslite na budúce kroky po skončení projektu) • máte jasné sociálne poslanie. Ako sociálny podnik budete o svoje poslanie VEĽMI žiadaní. Práve vďaka nej vyniknete.
Tréning alebo workshop	• Obsah závisí od vašich schopností (nové médiá, filmy, IT, jazyky, šport, umenie...miestny cestovateľský kurz). • pečenie/varenie/kozmetické výrobky na sociálne účely			
Produkt alebo služba	• požičať si produkt/službu • upcyklácia (použitá školská knižnica, použité oblečenie atď...) • virtuálna platforma , elektronické knihy, online TC, workshopy, dobrovoľnícka práca			
Vylepšenie priestorov školy	• interiér (aktívne informačné kútiky, knižnice, iné priestory..) • exteriér (náučný chodník, cvičebný kútik, potraviny a nápoje...)			

DAY#2| PAGE 7

Na konci kapitoly 2 – vývoj projektu – by ste mali mať jasnú predstavu o účele a cieľoch projektu, ako aj o funkcii sociálneho podniku, ktorá by mala byť pridaná do vášho projektu.

KAPITOLA 3 Projektový Menežment

Existuje mnoho metód riadenia projektov. Metodika PRINCE2 sa dá použiť na riadenie a kontrolu projektov všetkých druhov a veľkostí. Zdrojom metodiky PRINCE2 je metodika PROMPT (Project Resource Organization Management Planning Technique) na riadenie IT projektov, ktorú vyvinula súkromná spoločnosť Simpact Systems Limited v polovici 70. rokov 20. storočia. Metodika bola na žiadosť vlády obohatená o problematiku riadenia kvality. Časť normy s názvom PROMPT II zaviedli v roku 1983 jednotky štátnej správy Veľkej Británie.

V roku 1989 bola prvýkrát predstavená metodika PRINCE, ktorá odvtedy oficiálne nahradila PROMPT a stala sa platnou normou vo Veľkej Británii.

Ďalšia etapa vývoja opísanej metodiky sa uskutočnila v roku 1996, keď vznikla modernizovaná metodika s názvom PRINCE2. Nová verzia tejto metodiky sa stala oveľa univerzálnejšou a možno ju aplikovať nielen na IT projekty.[6]

PRINCE2 - štrukturovaná metodológia projektového menežmentu.

Skratka PRINCE2 pochádza z anglického "PRojects IN Controlled Environments", čo znamená "projekty v kontrolovateľnom prostredí", a znamená metodiku efektívneho riadenia projektov. PRINCE2 je de facto britský vládny štandard, ktorý je široko uznávaný a používaný v súkromnom sektore v Spojenom kráľovstve aj na medzinárodnej úrovni.

Keď chceme niečo urobiť, vybudovať, dosiahnuť alebo niekam sa dostať, musíme si odpovedať na niekoľko otázok:
- Čo sa snažíme urobiť?
- Kedy začneme?
- Čo na to potrebujeme?
- Dokážeme to urobiť sami, alebo potrebujeme pomoc?
- Ako dlho nám to bude trvať?
- Koľko to bude stáť?

Toto sú bežné otázky, ktoré si kladieme na začiatku každého projektu, a odpovede na ne sú základom riadenia projektu. Definujú, čo chceme urobiť a ako to najlepšie dosiahnuť. Štrukturálne riadenie projektu je rozdelenie projektu do konkrétnych etáp tak, aby bol logický a štruktúrovaný. PRINCE2 je písomný opis tejto metodiky.

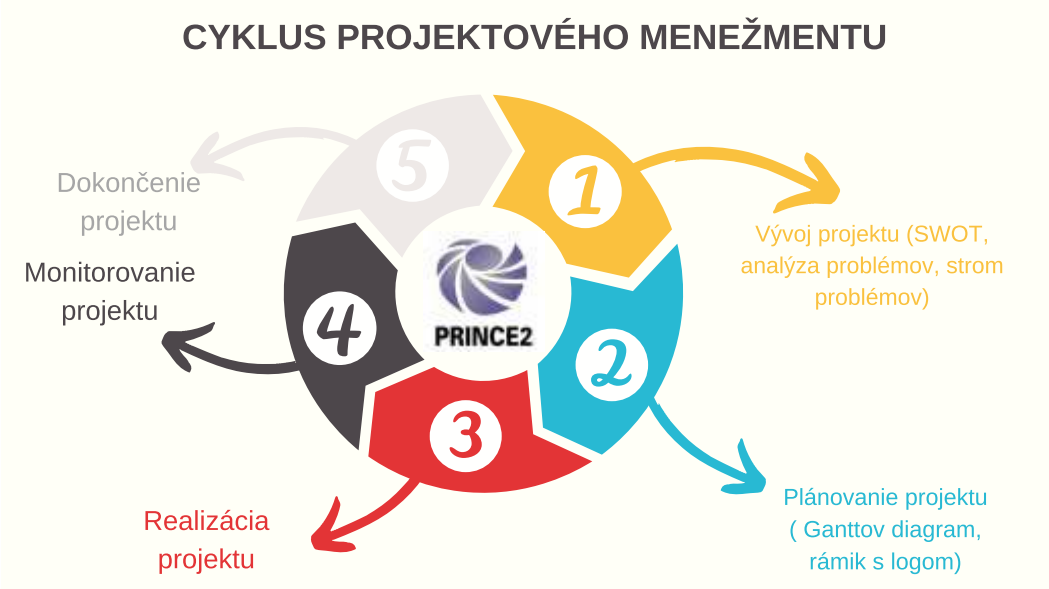
Podľa štruktúry PRINCE2 by mal mať projekt:
Pred začatím projektu je potrebné:
- organizovaný a riadený začiatok, t. j. organizácia a plánovanie;
- organizovanú a kontrolovanú strednú fázu, t. j. je potrebné udržiavať organizáciu a kontrolu nad projektom;
- organizovaný a kontrolovaný koniec, t. j. keď je projekt ukončený a dostaneme to, čo sme chceli, musíme uzavrieť nedokončené záležitosti.[7]

Prvky PRINCE2

Metodika PRINCE2 v riadení projektov definuje štyri integrované prvky: princípy, témy, procesy a projektové prostredie:
- princípy - ide o hlavné zásady a osvedčené postupy, ktoré určujú, či sa projekt skutočne riadi podľa metodiky PRINCE2. Existuje sedem zásad a pokiaľ sa neuplatňujú všetky, projekt nie je projektom v súlade s PRINCE2,
- témy - opisujú aspekty riadenia projektu. Mali by sa riešiť priebežne a súbežne počas celého projektu. Sedem tém vysvetľuje, aké konkrétne konanie vyžaduje PRINCE2 pre rôzne oblasti riadenia projektu a prečo je to potrebné.
- procesy - opisujú činnosti vykonávané krok za krokom počas celého životného cyklu projektu, od prípravy až po ukončenie. Každý proces obsahuje kontrolné zoznamy odporúčaných činností, produktov riadenia a súvisiacich povinností,
- projektové prostredie - zahŕňa potrebu prispôsobiť PRINCE2 zakaždým konkrétnemu projektu, ale vďaka flexibilnej štruktúre je toto prispôsobenie veľmi jednoduché.[8]

Táto metóda je založená na 7 princípoch. Sú to:
- prispôsobenie podmienkam projektu
- trvalá oprávnenosť podnikania
- využitie skúseností
- zameranie na produkty
- riadenie s využitím tolerancií
- postupné riadenie.[9]

Témy PRINCE2 predstavujú sedem rôznych aspektov, ktoré je potrebné riešiť a kontrolovať. Témy PRINCE2 sú:
- Obchodný prípad (PREČO?) - definovanie merateľných cieľov, ktoré odôvodňujú zapojenie konkrétnych zdrojov
- Organizácia (KTO?) - definuje úlohy a zodpovednosti jednotlivých ľudí v tíme určenom na realizáciu projektu.
- Kvalita (ČO?) - zabezpečenie toho, aby všetky produkty spĺňali stanovené očakávania kvality (dohodnuté atribúty kvality produktov).
- Plány (AKO? ZA KOĽKO? KEDY?)- sú pripravené a schválené pred začiatkom ďalšej etapy realizácie projektu. V tematických plánoch sa podrobne opisujú kroky a techniky, ktoré by sa mali použiť.
- Riziko (AKO AKO?)- zachovanie prijateľnej úrovne rizika. Ako manažéri projektu riadia riziká zahrnuté v plánoch.
- Zmena (AKÝ JE DÔSLEDOK?) - riadenie zmien, teda ako sa vysporiadať s tými problémami, ktoré presahujú už schválené aspekty projektu. Zmeny môžu vyplynúť z nepredvídaných problémov, požiadaviek na zmeny alebo zistenia chýb kvality výrobkov.
- Pokrok (KDE SOM TERAZ? KAM SA POSUNIEME? MÁME POKRAČOVAŤ?) - meranie pokroku v realizácii jednotlivých produktov. Monitorovanie realizácie plánov a eskalačné postupy v prípade, že sa realizácia začne odchyľovať od plánov.[10]



PRINCE Sedem Procesov

Metodika PRINCE2 zohľadňuje sedem procesov riadenia. Tie sa týkajú celého životného cyklu projektu:

- Príprava projektu - zahŕňa vymenovanie projektového manažéra a projektového tímu, zhromažďovanie predchádzajúcich projektových skúseností a vypracovanie predbežného obchodného prípadu.
- Začatie projektu - je plánovací proces, v ktorom sa vytvorí plán projektu, podrobne sa opíše konečný produkt projektu a stanovia sa zásady riadenia projektu vrátane najmä prístupu k riadeniu rizík, kvality, konfigurácie a komunikácie.
- Strategické riadenie projektu - je proces riadiaceho výboru, v ktorom sa udeľujú povolenia: na začatie projektu, na jednotlivé etapy, na zmeny nad rámec tolerancií projektu a na ukončenie projektu.
- Riadenie na konci etapy - cieľom tohto procesu je naplánovať ďalšiu etapu, aktualizovať existujúci plán projektu a obchodný prípad a vypracovať správu o ukončení etapy.
- Kontrola etapy - všetky činnosti zahrnuté v tomto procese vykonáva projektový manažér počas realizácie etapy. Týkajú sa skupín úloh vrátane: povolení na ich realizáciu, prijímania dokončených skupín úloh, monitorovania, kontroly a riadenia, identifikácie a analýzy rôznych typov rizík a ich prenosu na vyššie úrovne riadenia.
- Riadenie dodávok produktov - tento proces zahŕňa príjem a overenie skupiny úloh, zabezpečenie, aby výsledné produkty boli v súlade s metódami obsiahnutými v tejto skupine úloh, potvrdenie kvality obsiahnutej v opise produktu pomocou kontrolných metód a odovzdanie výsledkov vedúcemu projektu.
- Uzavretie projektu - tento proces je určený na uistenie zainteresovaných strán, že všetky ciele projektu boli dosiahnuté. V tomto bode sa projekt ukončuje - projektový tím sa v tomto bode môže rozpustiť.[11]

4 https://personalnyserwis.com/blog/czym-jest-team-building-i-jak-on-pomaga-w-pracy-w-zespole/
5 https://www.spogle.pl/co-to-jest-team-building/
6 https://mfiles.pl/pl/index.php/Metodyka_PRINCE_II
7 https://www.prince2.com/pl/prince2-methodology
8 https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/8942/10.%20Metody%20zarz%C4%85dzania%20i%20harmonagramowania%20projektami%20(XX).pdf?sequence=1&isAllowed=y
9 http://www.sbc.org.pl/Content/362184/sobiesta%C5%84czyk2.pdf
10 https://vavatech.pl/technologie/metodyki/prince2
11 https://omec.pl/blog/cykl-zycia-prince2/

V procese plánovania je veľmi dôležitý aj časový manažment. Môžeme tu rozlíšiť nasledujúce prvky:

1. Analýza využitia času
2. Stanovenie cieľov
3. Plánovanie
4. Rozhodovanie (stanovenie priorít)
5. Realizácia a organizácia
6. Kontrola

Pri plánovaní sa môžeme stretnúť s rôznymi problémami, ako je napríklad plytvanie časom. Najčastejšie sa vyskytujúce plytvanie časom sú:

- rozptýlenie, hluk
- nedostatočný poriadok v dokumentoch
- neefektívna komunikácia
- prestávky na neplánované telefonáty
- žiadne priority
- nedostatok sebadisciplíny
- nedostatok asertivity
- malé delegovanie úloh
- nesprávna kontrola delegovaných úloh.

Ak chcete odstrániť faktory, ktoré rozptyľujú a znižujú výkonnosť, mali by ste sa zamerať na stanovenie jasného cieľa a určenie priorít pri jeho dosahovaní.

Ciele možno rozdeliť do rôznych kategórií. Vzhľadom na čas ich realizácie ich môžeme rozlišovať:

- dlhodobé (strategické) na 3 až 5 rokov, určujú smer činnosti
- krátkodobé (taktické) na 2 - 3 mesiace, navrhujú riešenia
- aktuálne (operatívne) na najbližší týždeň, dávajú konkrétne úlohy.[12]

Aby sme mohli určiť priority našich činností, musíme ich zoradiť podľa kombinácie priority a naliehavosti. To je kľúčové pre efektívne riadenie úloh. Na tento účel možno použiť Eisenhowerovu maticu, ktorá pomôže určiť naliehavosť a dôležitosť činnosti.

Izvor: https://www.spica.com/blog/the-eisenhower-matrix

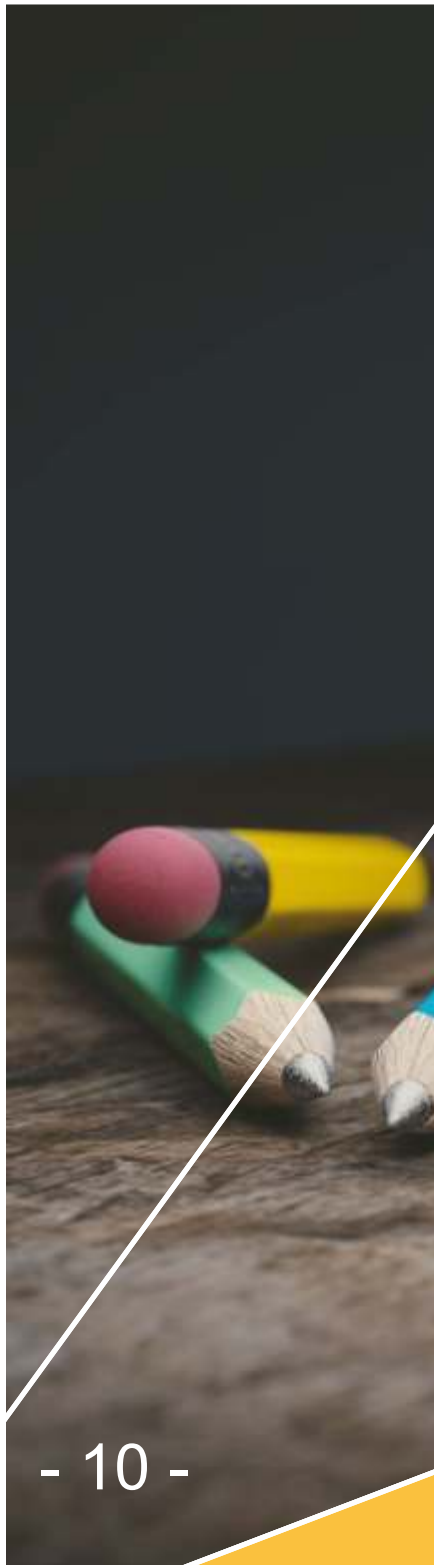
Na priradenie úloh do príslušného kvadrantu je vhodné použiť nasledujúce otázky:

Dôležité úlohy

- Je to naozaj dôležité pre moje hodnoty a ciele? Vedie to k ich dosiahnutiu?
- Čo ak to neurobím? Stratím niečo?
- Čo sa stane, ak to urobím? Aké budú pozitívne výsledky?
- Je to jediný a najlepší spôsob, ako dosiahnuť moje ciele?

Naliehavé úlohy

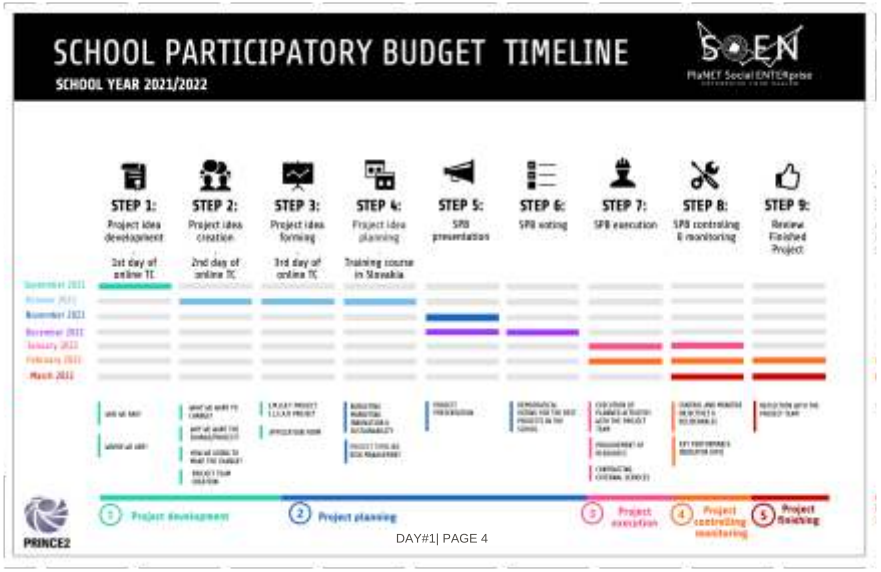
- Kedy sa má vykonať? Aký je termín? Koľko času mi zostáva?
- Koľko času potrebujem na dokončenie tejto úlohy?
- Je to naozaj také naliehavé?
- Čo ak ju neurobím načas alebo ju odložím?
- Čo získam, ak čas venovaný tejto úlohe venujem niečomu inému?



Tieto úlohy môžeme prezentovať v 4 skupinách:

- dôležité a naliehavé - naliehavé, ťažké, krízové záležitosti, "včerajšie" záležitosti, úlohy, ktoré treba vykonať okamžite
- nie dôležité, ale naliehavé - dlhodobé plány, predchádzanie problémom, delegovanie úloh
- dôležité, ale nie naliehavé - pravidelné úlohy, stretnutia, listy, správy
- nie dôležité a nie naliehavé - zbytočné radosti, zlodeji času, niektoré telefonáty[14]

Gantt chart - scheme example of SPB

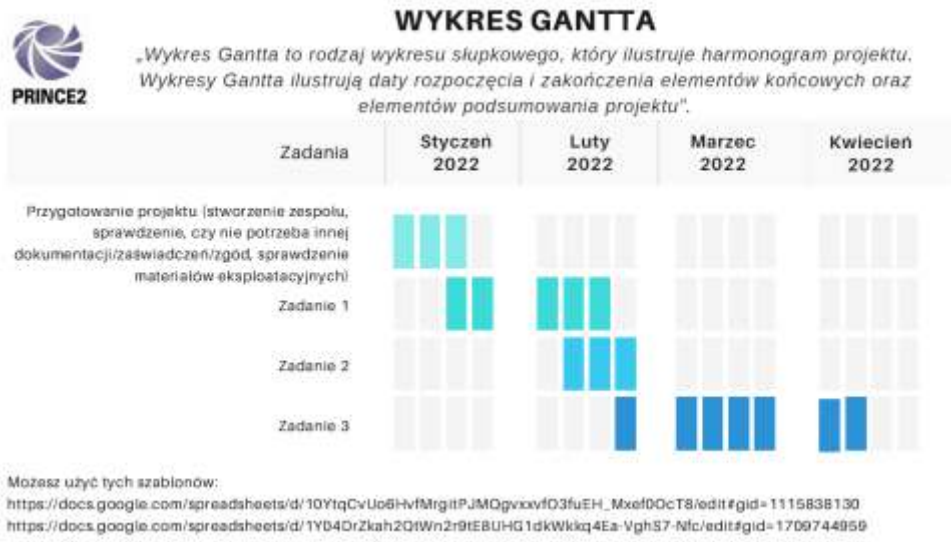


Keď máme pripravenú a analyzovanú Eisenhowerovu maticu, stojí za to umiestniť naše úlohy v čase. Pomôže nám pri tom nástroj - Ganttov diagram.

Ide o grafické znázornenie harmonogramu prác na realizácii projektu alebo úlohy. Štruktúru Ganttovho diagramu tvorí zoznam úloh, činností alebo procesov spolu s ich trvaním, čo výrazne uľahčuje riadenie projektu. Časovú os umiestnite na os X. Časové jednotky sú prispôsobené času nášho projektu, môžu to byť hodiny, dni, týždne alebo mesiace. Na os Y umiestnime zoznam úloh, ktoré sa majú vykonať.

Informácie, ktoré potrebujeme na vytvorenie Ganttovho diagramu:
- názov činnosti/úlohy
- čas začiatku činnosti/úlohy
- trvanie činnosti/úlohy.

Takýto graf sa dá jednoducho pripraviť v programe Excel. Takto bude veľmi jednoduchý a zároveň čitateľný.[15]



9 https://mariusztomaszewski.pl/blog/macierz-eisenhowera/
10 https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-zarzadzanie-czasem/
11 https://leanactionplan.pl/wykres-gantta/

Viac o Ganttovom diagrame nájdete v programe DŇA 2 a DŇA 2 online.

Aby ste mohli vyhodnotiť svoje činnosti v projekte, mali by ste si stanoviť ukazovatele, ktoré vám umožnia kontrolovať pokrok. Na tento účel sa oplatí prehĺbiť metódu SMART.

Princíp SMART je skratkou slov: SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound). Ide o päť kľúčových podmienok, ktoré musia ciele spĺňať.

Prvá sa týka konkrétnosti cieľa. To znamená, že všetky činnosti by mali byť jasne špecifikované a definované. Mali by sme používať konkrétne, presné údaje, aby nášmu cieľu rozumel každý človek, ktorý s ním príde do kontaktu, aby nedochádzalo k nepresnostiam.

Druhou podmienkou je merateľnosť, ktorá sa prejavuje v tom, že každý cieľ by mal byť kvantifikovaný. Vďaka tomu je jednoduchšie overiť, či sa dané predpoklady splnili.

Po tretie, pri stanovovaní cieľa musíme brať do úvahy, či je možné ho reálne dosiahnuť. Je vhodné zvážiť, či naše ciele nie sú príliš ambiciózne, čo znižuje pravdepodobnosť ich dosiahnutia. Na druhej strane cieľ nemôže byť príliš ambiciózny, pretože jeho dosiahnutie nebude mať hlbší zmysel.

Štvrtou podmienkou je relevantnosť cieľa. To znamená, že jeho realizácia má dať podniku/organizácii/projektu špecifické hodnoty, rozvíjať ho, byť krokom vpred.

Posledným prvkom tohto modelu je načasovanie cieľa. Je veľmi dôležité predpokladať, do kedy má byť náš cieľ dosiahnutý, čo sa môže stať motiváciou konať rýchlejšie a neodkladať úlohy na neskôr.

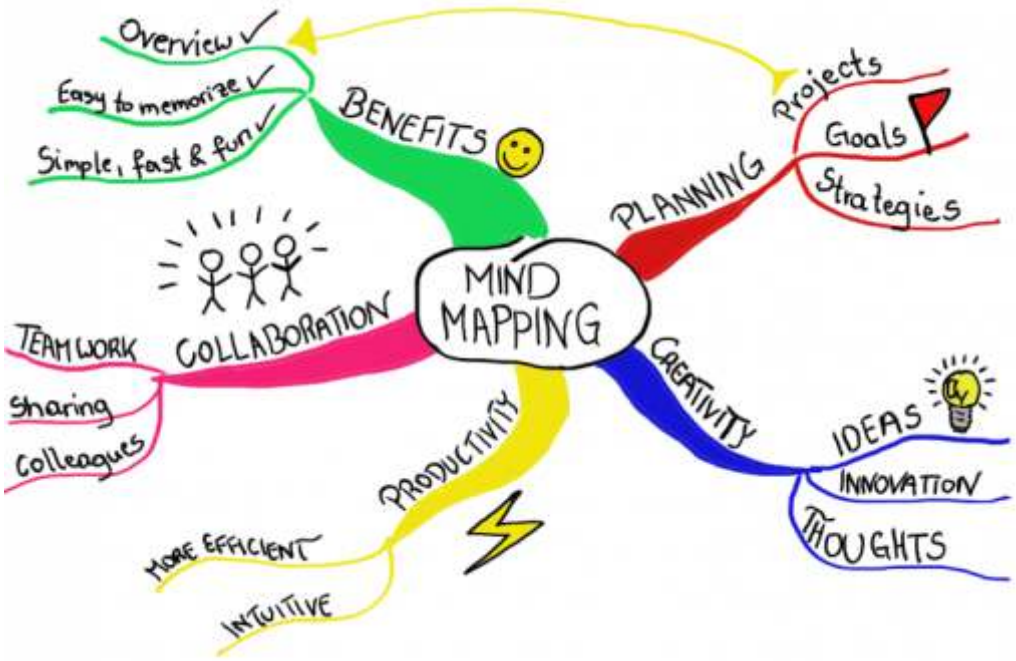
Z pravidiel časového manažmentu stojí za zmienku pravidlo 60:40, inak sa nazýva "časová rezerva". Je veľmi užitočné najmä pre ľudí, ktorí sami rozhodujú o tom, čo budú robiť a aké kroky podniknú. Zmysel tohto pravidla spočíva v tom, že keď plánujeme nejakú činnosť, mali by sme si vypočítať, koľko času by mala trvať, a pridať 40 % na nepredvídateľné situácie. Týchto 40 % je časová rezerva.
Podľa pravidla 60:40 by ste v daný deň, týždeň, mesiac a rok nemali plánovať 100 % svojho času, ale len 60 %. Ďalších 20 % by malo ísť na neočakávané aktivity a ďalších 20 % na spontánne činnosti (napríklad na kávu, toaletu, rozhovor).

Aby ste zvýšili svoju efektivitu, oplatí sa používať zoskupovanie úloh. Ide o techniku, ktorá spočíva v zoskupení podobných úloh a ich vykonávaní po sebe. Takouto skupinou môže byť napríklad odpovedanie na e-maily. Ak si stanovíte konkrétne časové bloky na kontrolu e-mailovej schránky, môže to zvýšiť našu produktivitu a pomôcť vám zbaviť sa zvyku neustále kontrolovať e-maily.[16]

Myšlienkové mapy ako forma systematizácie informácií

Myšlienkové mapovanie je forma zápisu, ktorá je založená na vizuálnom prepojení a štruktúrovaní informácií. Vo svojom predpoklade diagram v podobe rastúceho, vyžarujúceho stromu odráža spôsob, akým náš mozog zhromažďuje informácie. Všetko vo vizuálnej podobe, čím grafickejšie, tým lepšie.

V súčasnosti sa myšlienkové mapy považujú za metódu tvorivého viacsmerového myslenia. Používajú sa v práci pri organizácii, riadení projektov alebo tímov; doma pri zapisovaní povinností alebo plánovaní nákupov; môžeme ich použiť aj na zapisovanie svojich cieľov a snov. Ich základné uplatnenie je však v procese učenia sa alebo odovzdávania vedomostí, pričom sa mení z pasívneho prijímania textu na aktívne osvojovanie prostredníctvom tvorivého procesu. Od bežných poznámok ich odlišuje viacrozmernosť a efektívna a prehľadná organizácia poznatkov. Systematizácia správ pomocou stromu myšlienkových máp pomáha usporiadať ich do "škatuliek" a priradiť im príslušné poradie v hierarchii, čo je mimoriadne dôležité v procese dlhodobého zapamätania.[19]



Zdroj: https://instituteofyou.org/how-to-create-a-mind-map-examples/

Myšlienková mapa sa zvyčajne skladá z troch hlavných prvkov:

- .ústredný obrázok (alebo slovo), ktorý zachytáva hlavnú tému
- k tomuto obrázku sa potom pridávajú vetvy, ktoré predstavujú hlavné témy, ktoré z tohto obrázku vyplývajú
- ku každej vetve sa pridávajú vedľajšie témy, ktoré ďalej rozvíjajú jej význam.[21]

Tipy, ktorými sa môžete riadiť pri vytváraní myšlienkovej mapy:

- .Píšte jasne veľkými písmenami. Mapa by mala byť jasná a čitateľná. Ale aj zrozumiteľná.
- Používajte asociácie. Hrajte sa s nimi, koľko len chcete! Nové informácie si zapamätáme len tak, že ich napojíme na vedomosti, ktoré už máme.
- Kreslite. Vtipné grafiky, jednoduché náčrty alebo dokonca jednoduché šípky sú pre mozog oveľa atraktívnejšie ako písané slovo. Napríklad namiesto toho, aby ste názov románu "Myši a ľudia" napísali slovami, nakreslite 2 myši a niekoľko ľudí. Nemusia vyzerať ako umelecké diela, stačí urobiť niekoľko ťahov.
- Používajte farby, ale nepreháňajte to! Mali by stačiť 2-3 farby. Z príliš farebných poznámok môžete dostať nystagmus.
- Záleží na veľkosti. Je to zrejmé, ale stojí to za zmienku. Veľké, tučné heslá sú viditeľnejšie a rýchlejšie si ich zapamätáme. Netreba dodávať, že to isté platí aj pre kresby?
- Číslo. Najlepšie v smere hodinových ručičiek, čo usporiada vašu myšlienkovú mapu a navyše stimuluje ľavú hemisféru mozgu.
- Spestrite svoju myšlienkovú mapu všetkými možnými spôsobmi, aby bola pre váš mozog najzvláštnejšia a najzaujímavejšia.[22]

12 https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-zarzadzanie-czasem
13 https://mariusztomaszewski.pl/blog/macierz-eisenhowera/
14 https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-zarzadzanie-czasem
15 https://leanactionplan.pl/wykres-gantta/
16 https://questus.pl/blog/model-smart-jak-okreslac-cele-strategiczne-i-projektowe/
17 https://www.paniswojegoczasu.pl/techniki-i-narzedzia/reguly/
18 https://managementpoprostu.pl/blog/produktywnosc/10-trickow-lepsza-produktywnosc/
19 https://klosinski.net/notatki-metoda-cornella-i-mapy-mysli/
20 https://witalni.pl/baza_wiedzy/mapy-mysli/
21 https://instituteofyou.org/how-to-create-a-mind-map-examples/
22 https://aniakania.com/2015/03/19/poradnik-jak-stworzyc-mape-mysli-cz-1/

Role ľudí v skupine

Realizácia niektorých projektov si vyžaduje vymenovanie projektového tímu. Treba mať na pamäti, že výber ľudí, ktorí budú navzájom spolupracovať, by nemal byť náhodný. S prihliadnutím na špecifiká daného projektu by sa mali vybrať zamestnanci, ktorí dokážu pracovať v skupine, nie sú bezkonfliktní a majú rozvinuté interpersonálne zručnosti. To však nestačí. V tíme musia byť ľudia s vhodnými osobnostnými vlastnosťami, predispozíciami, prejavujúcimi sa určitými typmi správania, vďaka ktorým je možné so všetkými členmi koherentne spolupracovať a efektívne vykonávať danú úlohu. Preto by zamestnanci mali v tíme zastupovať následné roly. Je to nevyhnutné, ak má daná pracovná skupina dosiahnuť synergický efekt a úspešne dokončiť zverený projekt. Na správne rozdelenie rolí možno vykonať testy a analyzovať vlastnosti jednotlivých členov tímu. Dôležité je vychádzať z faktov, kompetencií, a nielen z prianí danej osoby, čo je dôležité aj preto, že nové výzvy umožňujú otestovať sa v novej úlohe a osobný rozvoj.

VODCA PROCESU

Medzi jeho úlohy patrí "spútanie" celého procesu projektu, sleduje cieľ, motivuje tím, informuje rozhodovacie orgány, ktoré nie sú členmi tímu, o pokroku a nových nápadoch. Je to osoba, ktorá pomáha tímu plánovať prácu, koordinuje diskusie, brainstormingy a cvičenia.

Osoba na takejto pozícii by mala byť komunikatívna, mala by mať dobrý kontakt s ostatnými členmi tímu, mala by byť schopná motivovať ostatných k činnosti a mala by byť zameraná na hľadanie riešení.

FACILITÁTOR

Medzi úlohy na tejto pozícii patrí vedenie seminárov a uľahčovanie spolupráce v tíme.

Vlastnosti, ktoré by mal mať facilitátor, sú otvorenosť, komunikatívnosť, znalosť nástrojov odbornej prípravy a procesu navrhovania. Takúto úlohu môže vykonávať napríklad aj vedúci procesu alebo externá osoba.

ANALYTIK

Analytik pomáha tímu usporiadať materiály z fázy empatie a urobiť diagnózu potrieb, mení výskumné pozorovania na cenné poznatky, pomáha pri formulovaní projektových výziev, pomáha pri dôkladnej analýze predtým, ako tím vyvodí závery - všíma si nuansy a rozpory v danom materiáli.

Človek na tejto pozícii rád všetko rozkladá na prvotné faktory, nerobí unáhlené závery, vidí nezjavné súvislosti, je hĺbavý, reflexívny.

PROJEKTANT

Osoba na tejto pozícii podporuje tím vo vizualizácii svojich nápadov, plánov a koordinuje prácu na tvorbe prototypov vyvíjaných riešení.

Vyznačuje sa veľmi rozvinutou predstavivosťou, má rád kreatívne a umelecké diela, dokáže vytvoriť niečo z ničoho, previesť abstraktnú myšlienku na hmatateľný prototyp a povzbudiť ostatných k spoluvytváraniu.

GRAFICKÝ KOORDINÁTOR

K jeho úlohám patrí dohodnúť s tímom dátumy, časy a miesta stretnutí a zabezpečiť, aby sa úlohy plnili v určenom čase. Takáto osoba je v neustálom kontakte s dodávateľom.

Medzi vlastnosti takejto osoby patrí zameranie na efektívnosť, jednoduchosť riadenia projektu, orientácia v predmete jednotlivých povinností alebo schopnosť spravodlivo vybrať najlepší termín stretnutia.

DODÁVATEĽ

Táto osoba zabezpečuje, aby na stretnutiach nechýbali potrebné materiály, ako sú fixky, post-ity, flipcharty, pripravuje miesto stretnutia a je v neustálom kontakte s grafickým koordinátorom.

Je oboznámený so zásobami, vášňou pre recykláciu, v prípade potreby je pripravený rýchlo objednať nedostatkové materiály.

PRÁVNIK/ZÁSTUPCA CIEĽOVEJ SKUPINY

Je odborníkom na prijímateľa, pre ktorého sa projekt realizuje, dbá tiež na to, aby sa tím neodchyľoval od diagnostikovaných potrieb skupiny a nenavrhoval pre seba.

Na túto úlohu sa najlepšie hodí osoba, ktorá patrí k cieľovej skupine alebo je s ňou v najlepšom kontakte a rozumie jej potrebám.

DOKUMENTÁTOR

Takáto osoba má za úlohu zabezpečiť, aby celý tím zapisoval svoje nápady a postrehy dohodnutým spôsobom, aby sa nič nevynechalo, ako aj dokumentovať proces navrhovania, fotografovať vypracované materiály, napr. flipcharty, a usporiadať ich do priečinkov, usporiadať a zapísať ich na post-ity, či zabezpečuje, aby sa materiály z predchádzajúcich stretnutí uchovávali a nestratili.

Medzi jeho/jej vlastnosti patrí presnosť, dobrá organizácia a schopnosť vytvárať poznámky, ktoré sú zrozumiteľné pre každého.

OSOBA S ROZHODOVACÍMI PRÁVOMOCAMI

Osoba s rozhodovacími právomocami zodpovedá za súlad vypracovaných riešení s poslaním a stratégiou inštitúcie, rozhoduje o rozpočte, sama sa podieľa na projekte alebo je v neustálom kontakte s vedúcim procesu, ktorý podáva správy o postupe práce tímu.

Túto úlohu najčastejšie plnia riaditelia alebo manažéri.[24]

Persona

Persona je prototyp nášho potenciálneho používateľa/príjemcu. Opisujeme ho čo najpodrobnejšie. Vychádzame z jeho pohľadu, chceme pochopiť jeho potreby a stvárniť celý proces, v ktorom sa vyskytuje.

Presná špecifikácia, dôkladná znalosť a analýza cieľovej skupiny a jednotlivých používateľov/záujemcov umožňuje určiť produkty v projekte. Ovplyvňuje tiež celú komunikačnú stratégiu. Analýza potrieb na samom začiatku alebo tesne pred začatím projektu pomôže naplánovať plne efektívne a účinné činnosti. Umožňuje tiež dosiahnuť plánované prínosy vrátane ukazovateľov.

Medzi základné prvky každej osoby patria: - analýza potrieb:

- meno, priezvisko, vek, povolanie, pôvod, sociálne roly
- fotografia (veľmi dôležité je, aby bola fotografia čo najprirodzenejšia)
- stručný opis: životopis, rodina, záľuby, sny, životné ciele; životné motto
- technické zručnosti: skúsenosti s používaním internetu, frekvencia používania; aké zariadenia sa používajú a v akom čase
- z hľadiska projektu/produktu: overenie všetkých neduhov (čo mi sťažuje život) a potrieb (čo mi ho uľahčuje, čo naozaj chcem)
- rozprávanie: napr. opis typického dňa používateľa.

Tipy:

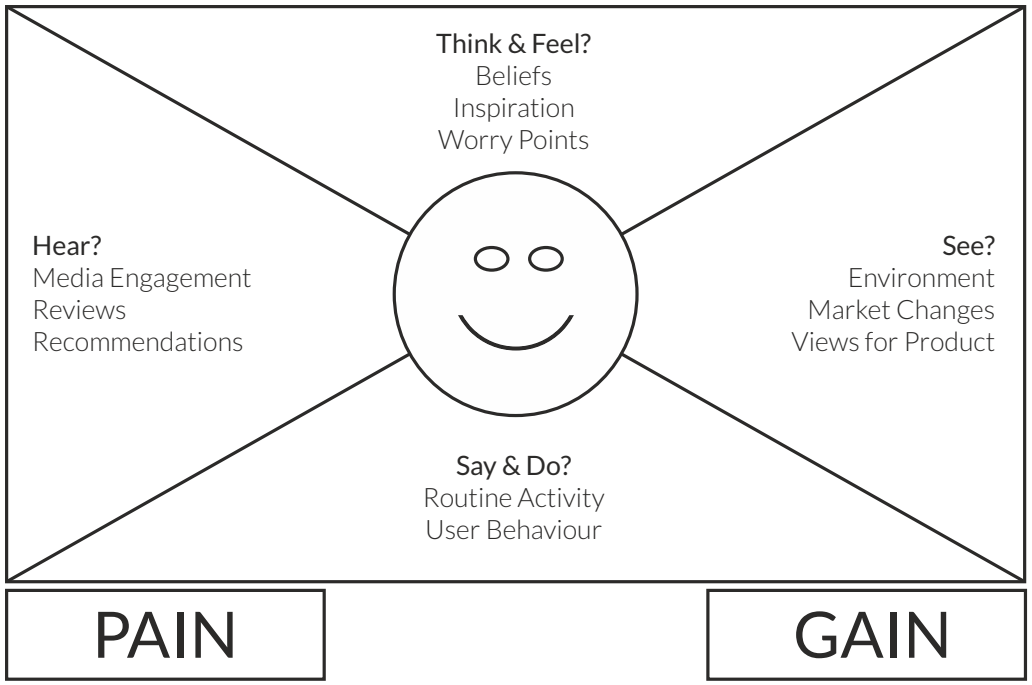
- Používajte odrážky namiesto celých viet, ak je to možné. Vďaka tomu budete môcť "obsiahnuť" celú osobu na prvý pohľad.
- Diverzifikácia persón - pokúste sa vytvoriť niekoľko úplne odlišných obrazov. Výrazná diferenciácia persón, ktorá odráža rozmanitosť vašich cieľových skupín.
- Kontext - zamerajte sa na tie vlastnosti, ktoré sú relevantné pre váš projekt. Napríklad: ak by bol pán Olgierd persóna vytvorená marketérom, ktorý mu chce predať nové rybárske prúty, nezáležalo by na tom, že pán Olgierd má rád knihy o druhej svetovej vojne, ale záležalo by na tom, aké vysoké má technologické kompetencie (v tomto prípade môže klienta odkázať na papiernictvo v malom meste, a nie na internetový obchod) alebo na tom, že má slabý zrak (v reklamných posolstvách použije napríklad väčšie písmo alebo kontrast).
- Optimálna dĺžka - charakteristiky nesmú byť ani príliš dlhé, ani príliš krátke. Všetky informácie o vašej osobe sa majú zmestiť na jednu stranu A4. Nepreháňajte to však s minimalizmom - príliš málo informácií sťaží prácu s persónami a (zvyčajne) prinesie ovocie.
- Zvláštne vlastnosti - dajte ich svojim persónam a ľahšie sa s nimi skamarátite, a teda - zapamätáte si ich a začnete o nich premýšľať v úplne inom kontexte (napr. pri ceste domov - "Zaujímalo by ma, čo by pán Olgierd robil, keby mu tiež ušiel autobus" alebo pri obede "S radosťou by som si dal tresku, ako pán Olgierd, keď ide k moru"). Vďaka špeciálnym vlastnostiam persón sa k nim začnete správať ako k skutočným ľuďom, nie ako k ďalšej fáze tvorby projektu.

Mapovanie empatie

Mapa empatie je jednoduchý, ľahko stráviteľný obrázok, ktorý poskytuje prehľad o správaní a postojoch používateľa. Ide o praktický nástroj, ktorý pomáha tímom lepšie pochopiť ich publikum. Mapovanie empatie je jednoduchá workshopová aktivita, ktorú možno vykonať so zainteresovanými stranami, marketingovými a obchodnými tímami, tímami pre vývoj produktov alebo kreatívnymi tímami s cieľom vybudovať empatiu voči koncovým používateľom. Pre tímy, ktoré sa podieľajú na navrhovaní a projektovaní produktov, služieb alebo zážitkov, je mapovanie empatie skvelým cvičením pre skupiny, aby sa "dostali do hlavy" používateľov.

Vytvorenie efektívneho riešenia si vyžaduje pochopenie skutočného problému a osoby, ktorá ho zažíva. Cvičenie mapovania pomáha účastníkom zvážiť veci z pohľadu používateľa spolu s jeho cieľmi a výzvami.[27]

Mapa empatie je jednoduché plátno, jeden list, rozdelený na 6 oblastí a súbor podporných otázok. Oblasti sa týkajú interakcie používateľa so svetom a jeho vnútorných pocitov. Jeden hárok predstavuje jednu cieľovú skupinu alebo príslušnú persónu (informácie uvedené vyššie).[28]



Konštrukcia mapy empatie spočíva vo vyplnení jej políčok odpoveďami na dané otázky.

POZRI

Uvádzame postrehy používateľa, prvky, s ktorými používateľ prichádza do kontaktu vo svojom prostredí a ktoré sa týkajú našej situácie/problému, napr. "dostáva drahé ponuky", "žije v minimalistickom prostredí".

- Čo vidí okolo seba a na trhu?
- Koho / čo má používateľ vo svojom prostredí?
- S akými problémami sa stretáva v práci?
- Aké ponuky z trhu dostáva?

VYPOČUJTE SI

Tu uvádzame, ako na nášho používateľa pôsobí okolie, teda čo počuje; napríklad: "Zrejme všetci prechádzajú na Office365", "Čítajú blog XYZ".

- Čo hovoria zákazníci?
- O akých trendoch mu hovorí trh?
- Čo hovorí jeho šéf, podriadení?
- Čo hovoria vplyvní ľudia?
- Kto ďalší a ako ovplyvňuje tohto používateľa?
- Aké médiá klient používa? Akým autoritám dôveruje?

PREMÝŠĽAJTE A CÍŤTE

Keď už vieme, čo používateľ vidí a ako na neho prostredie pôsobí, snažíme sa zistiť, aké myšlienky sa na základe toho objavujú v jeho hlave; napr. "Ako zdôvodniť novú investíciu do IT?", "Musí to byť kratšie!".

- Čo je pre neho/ňu dôležité?
- Aké sú ašpirácie používateľa?
- Čo je mimoriadne dôležité, že o tom nehovorí otvorene?
- Aké sú jeho/jej sny?
- Čo cíti, čo ním hýbe?

POVEDZTE A UROBTE

Používateľ so svojimi myšlienkami prechádza do akcie. Čo teda hovorí a robí na verejnosti? napr. "Sebavedomý vo vzťahu k šéfovi, aj keď nevie, či je to najlepšie riešenie", "Znížim náklady!".

- Aký je jej/jeho postoj navonok?
- Ako sa javí?
- Čo je nezlučiteľné s tým, čo si myslí a čo robí?
- Aké je jeho/jej správanie voči ostatným?

Tipy – Čo robiť počas sedenia?

1. Vždy robte individuálne mapovanie

Dodržiavajte pravidlo "jedna osoba na jednu mapu". To znamená, že ak máte viacero persón, pre každú by mala existovať mapa empatie. Zmiešanie rôznych persón v jednej mape vám neposkytne cenné poznatky.

2. Vytvorte kontext

Začnite tým, že definujete, kto bude predmetom mapy empatie alebo mapy persón a čo bude robiť alebo aký cieľ chce dosiahnuť. Stojí za to spomenúť, kde sa subjekt pri snahe dosiahnuť tento cieľ nachádza; napríklad je to turista na letisku, ktorý si chce objednať taxík prostredníctvom mobilnej aplikácie. Cieľom vytvorenia kontextu je uistiť sa, že tím rozumie subjektu a vcíti sa do neho.

3. Pridajte základné charakterové vlastnosti

Skôr ako začnete klásť otázky, uistite sa, že je váš tím pripravený na premenu na osobnosť používateľa. Tu je niekoľko jednoduchých trikov, ktoré vám pomôžu dostať tím do správnej nálady a urobiť vašu osobu reálnejšou:

- Dajte osobe meno a pozíciu.
- Uveďte osobné údaje. Môžete nakresliť oči, ústa, nos, uši alebo účes, aby ste osobu odlíšili od ostatných profilov.

4. Povzbuďte členov tímu, aby hovorili o svojich myšlienkach

Po definovaní základných charakteristík osoby je čas na hlavné sedenie. Tím pripraví brainstorming s otázkami, ako napríklad: "Akú bolesť zažíva používateľ pri používaní produktu?". Každý člen tímu by mal svoje odpovede napísať na samolepiace papieriky a nalepiť ich na mapu. Je dôležité, aby sa členovia tímu rozprávali o svojich samolepiacich poznámkach, keď ich nalepia na mapu empatie. Kladením otázok môžete získať hlbšie poznatky - napríklad prečo členovia tímu naozaj rozmýšľajú tak, ako rozmýšľajú - ktoré by mohli byť cenné pre zvyšok tímu.

5. Zhrňte výsledky

Na konci sedenia preskúmajte vyplnenú mapu empatie a prediskutujte prípadné vzory. Povzbuďte členov tímu, aby sa podelili o svoje názory na zasadnutie. Spýtajte sa ich, aké nové poznatky sa dozvedeli, ktoré im pomôžu pri vývoji produktu, alebo aké hypotézy o používateľoch by si chceli overiť. Keď zhromaždíte všetky informácie, usporiadajte ich do súhrnu a podeľte sa oň s členmi tímu.[29]

23 https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-role-w-zespole-czyli-stworz-idealna-grupe-projektowa
24 https://www.agnieszkakaim.eu/2019/08/zespol-projektowy/
25 https://www.gov.pl/web/popcwsparcie/kim-jest-persona-i-czy-warto-ja-wykorzystac-przy-budowie-produktow-projektu
26 https://uxeria.com/jak-stworzyc-persone/
27 https://www.uxbooth.com/articles/empathy-mapping-a-guide-to-getting-inside-a-users-head/
28 https://productvision.pl/2016/mapa-empatii-najprostszy-sposob-profilowania-uzytkownikow/
29 https://xd.adobe.com/ideas/process/user-research/10-tips-develop-better-empathy-maps/

LEKCIA 4
Marketing

Marketing zahŕňa všetky druhy činností v organizácii, ktoré podporujú predaj služieb alebo výrobkov. Tieto činnosti sú podporované rôznymi technikami a nástrojmi. Okrem podpory predaja je dôležitou úlohou marketingu aj budovanie povedomia o značke a jej pozície na trhu.[30]

Marketingový proces by mal vyzerať nasledovne:
- Pochopenie trhu a potrieb zákazníkov
- Vytvorenie marketingovej stratégie
- Zostavenie marketingového plánu a programu
- Budovanie vzťahov a pozitívnych skúseností zákazníkov
- Získanie hodnoty od zákazníkov a v dôsledku toho generovanie zisku a kapitálu.

Prvé štyri etapy sú zamerané na vytváranie hodnoty pre zákazníka a budovanie vzťahu s ním, zatiaľ čo posledná etapa zahŕňa zber úrody - hodnoty od zákazníka.[31]

Marketing je dlhodobý proces, ktorý pozostáva z viacerých prvkov. Klasická definícia marketingového mixu (4P) zahŕňa:
- produkt - to, čo ponúkame zákazníkom. Produkt by mal byť čo najlepšie prispôsobený potrebám našich zákazníkov, aby sme ich nevytvárali umelo
- umiestnenie - ako bude náš výrobok distribuovaný
- propagácia - činnosti zamerané na propagáciu výrobku/projektu a oslovenie príjemcov. O reklame možno hovoriť ako o jednom z prvkov propagácie
- cena - cena by sa mala stanoviť po sčítaní všetkých nákladov a zistení, akú cenu ponúka konkurencia[32]

Moderná koncepcia marketingového mixu 4P zahŕňa tieto prvky:
- je dôležité zvýšiť marketingové povedomie všetkých zamestnancov
- procesy - kontrolné činnosti, ktoré z dlhodobého hľadiska umožňujú nadväzovať vzťahy s okolím
- programy - zohľadňujú aktivity zamerané na zákazníka a presahujúce rámec tradičných 4P (napr. v oblasti online aktivít)
- výkonnosť - informujú o vývoji spoločnosti na základe používaných finančných a nefinančných opatrení[33]

Koncept 7P je rozšírením klasického marketingového 4P. Bola rozšírená o 3 ďalšie prvky
- Proces
- Ludia
- Fyzické dôkazy [33]

Koncepcia 4C je koncepcia orientovaná na zákazníka. Predstavuje trochu iný pohľad ako princípy modelov 4P alebo 7P. Marketing 4C zahŕňa:
- komunikáciu - obojsmernú komunikáciu medzi zákazníkom a spoločnosťou; výrobca berie do úvahy návrhy zákazníka a nielen ho informuje
- pohodlie - pohodlie nákupu sú všetky vymoženosti, ktoré ovplyvňujú príjemcu pri kúpe tovaru
- hodnota pre zákazníka - tento faktor sa týka výhod, ktoré výrobok poskytuje zákazníkovi
- náklady - výdavky, ktoré musí zákazník vynaložiť.[35]

Hlavnou úlohou marketingových aktivít je získavanie zákazníkov a udržiavanie existujúcich zákazníkov. Marketingové techniky by sa mali vyberať tak, aby boli činnosti čo najúčinnejšie a najefektívnejšie a aby sa vždy zachovala vysoká kvalita činností. Je potrebné zohľadniť napríklad demografické faktory, potreby trhu alebo vymedzenie cieľového trhu.

Možno rozlišovať dve skupiny marketingových aktivít - tradičný a internetový marketing.

Prvá z nich spotrebuje veľa času aj peňazí. Využíva rôzne médiá na prezentáciu ponúk. Môžeme tu rozlíšiť rozhlas, televíziu, tlač, tlačené časopisy, billboardy. Používa sa už dlho a je veľmi účinnou formou propagácie, najmä na miestnom trhu. Pre medzinárodné trhy je však tradičný marketing veľmi nákladný. Tu prichádza vhod internetový marketing. Vďaka svojim možnostiam dokáže minimalizovať náklady na reklamu. Jeho výhodou je, že môže fungovať samostatne alebo súbežne s tradičným marketingom.

Internetový marketing je prostriedok na propagáciu výrobkov/služieb prostredníctvom internetu. Je to typ marketingu, bez ktorého si dnes nevieme predstaviť náš život. V porovnaní s tradičným marketingom je rozhodne rýchlejší a lacnejší. V rámci internetového marketingu môžeme rozlišovať rôzne služby, ako napr: Optimalizácia pre vyhľadávače (SEO), marketing vo vyhľadávačoch (SEM), e-mailový marketing, SEO copywriting, tvorba webových stránok, reklama platená za kliknutie (PPC), bannerová reklama, tvorba katalógov, blogov. Ide o veľmi ekonomickú stratégiu, pretože umožňuje propagáciu výrobku/služby na domácom aj celosvetovom trhu bez akýchkoľvek dodatočných nákladov.

Internetový marketing je oveľa ekonomickejšia forma a nepotrebujete toľko rúk na prácu. Umožňuje tiež vykonávať rôzne operácie 24 hodín denne, 7 dní v týždni. Treba však mať na pamäti, že tradičný marketing je už mnoho rokov cenenou formou a pri správnom využívaní môže spoločnosti priniesť veľa výhod.

Viac o marketingu a nástrojoch v programe DŇA 3 a DŇA 3 online.

30 https://contentninja.pl/marketing-internetowy/
31 https://questus.pl/blog/marketing-definicje-cele-funkcje/
32 https://contentwriter.pl/elementy-marketingu/
33 https://verseo.pl/marketing-mix-co-to-jest/
34 https://charzynska.pl/nowy-marketing-mix-7p-4c-save/
35 https://www.devagroup.pl/blog/marketing-4p-7p-i-4c-czyli-trzy-koncepcje-na-marketing-mix

LEKCIA 5
Inovácia a udržateľnosť

Inovácie sú dnes niečo, čo spoločnosti zohľadňujú vo svojej stratégii. Zmeny, ktoré sa dejú na trhu, nútia spoločnosti hľadať stále nové a nové riešenia a prekračovať zaužívané schémy.[37]

Schumpeterovo meno úzko súvisí s pojmom inovácie. Pod inováciou chápal všetky možné zmeny vo výrobe a distribúcii tovaru. Inovácie teda môžu byť:

- uvedenie nového výrobku/služby na trh, ale aj zmena existujúceho výrobku/služby
- zavedenie novej výrobnej metódy
- zavedenie moderných technológií
- hľadanie a rozvoj nových odbytísk
- používanie nových surovín a komponentov
- nové organizačné formy (vo vnútri organizácií a medzi nimi)

Rozlišil 3 fázy počas procesu zmeny:

- nápad
- zavedenie inovácie
- šírenie inovácie[38]

Inovatívne projekty majú určité vlastnosti. Môžeme tu okrem iného rozlíšiť čas na implementáciu riešenia. Ten zohráva kľúčovú úlohu pri inovačných aktivitách rôzneho druhu. Dané riešenie má totiž obchodný zmysel len v určitom časovom období. To ovplyvňuje nestabilné podmienky celého procesu, ktorý si vyžaduje inovatívny prístup k riadeniu.

Ďalšia vlastnosť inovácie sa týka celkového cieľa projektu - ten je zvyčajne veľmi všeobecne definovaný. Je to spôsobené tým, že projekt sa spočiatku začína s počiatočnou víziou, ktorá sa postupom času stáva jasnejšou a podrobnejšou.

Ďalším prvkom je neistota, ktorá znemožňuje vopred definovať detaily nášho riešenia. Je to zároveň riziko, pretože môžeme zlyhať rovnako veľakrát ako príležitosť, pretože akceptovať neistotu znamená pružne reagovať na rôzne okolnosti, ktoré nás môžu postretnúť.

Dôležitou vlastnosťou je aj variabilita. Preto nie sme schopní predvídať, aké bude konečné riešenie nášho projektu, a to sa ľahko a často mení. Je to mimoriadne charakteristická súčasť inovačných projektov.[39]

Riadenie inovačného projektu môže predstavovať množstvo výziev, ktoré vyplývajú najmä z vysokej miery neistoty alebo variability jeho priebehu. Z tohto dôvodu je niekedy ťažké definovať určité úlohy pri začatí projektu. Buďte flexibilní podľa toho, ako sa mení situácia, a rýchlo sa prispôsobujte zmenám. Inovačné projekty sa vyznačujú vysokou dynamikou zmien, potrebou neustáleho učenia sa a overovania pôvodných predpokladov. Inovatívne projekty si často vyžadujú aj vysoké finančné náklady.

Riadenie takýchto projektov je často sériou pokusov a omylov, potreba neustáleho učenia sa. Takéto akcie sa považujú za príležitosť, ktorú možno využiť.

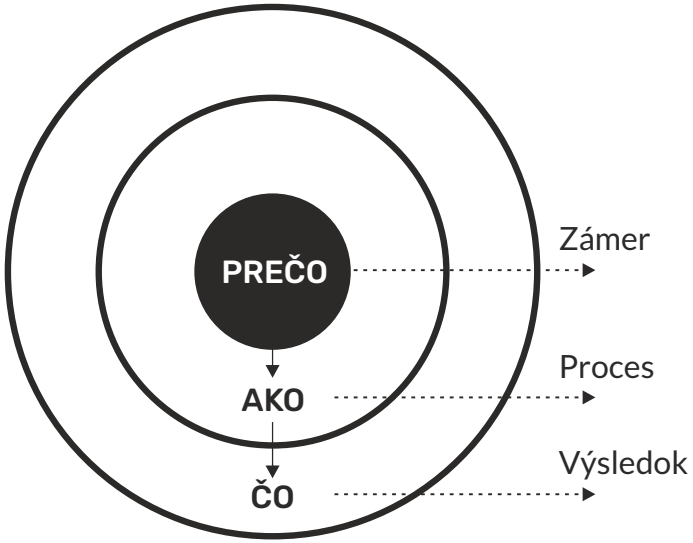
Pri realizácii inovačných projektov sa oplatí využiť napríklad postupy štíhleho riadenia, dizajnérske myslenie, prototypovanie, techniky na stimuláciu reaktivity a vytvorenie priestoru pre otvorené, kreatívne myslenie. Preto sa oplatí obohatiť svoje vedomosti a využívať mnoho rôznych riešení, aby mali projekty väčšiu šancu na úspech.[40]

Zlatý kruh

Koncept zlatého kruhu je jedným z prelomových obchodných konceptov. Podľa tejto myšlienky by si mal podnik položiť tri najdôležitejšie otázky:
1. Prečo?
2. Ako?
3. Čo?

Tento koncept sa nazýva "zlatý kruh", pretože jeho autor - Sinek, predstavil svoju myšlienku v podobe sústavy troch kruhov, v ktorých strede je kruh s nápisom "prečo".[41]
Keď hovoríme o určitej činnosti, najprv hovoríme o tom, ČO robíme, AKO to robíme a nakoniec PREČO.

Sinek si myslí, že by to malo byť naopak. Mali by ste teda začať od kruhu, teda od myšlienky a vízie.[42] Takýmto myslením si môžete vybudovať skupinu priaznivcov značky, ktorí ju budú propagovať a odporúčať, pretože sa im jednoducho páči a dôverujú jej (Simon Sinek "Ľudia nekupujú to, čo robíte, ľudia kupujú to, prečo to robíte"). Preto sa oplatí začať touto základnou otázkou: "Prečo?"[43]



5xPREČO METÓDA

Metóda 5 x prečo je postup v oblasti riešenia problémov. Je založená na sérii otázok, ktoré pomáhajú preniknúť k podstate daného problému, a jej cieľom je identifikovať skutočnú príčinu nedostatku a odstrániť ju. V konečnom dôsledku, aby sme zabránili opakovaniu problému, musíme ho dobre identifikovať. Správna identifikácia problému, jeho rozloženie na prvé časti a odstránenie znamenajú, že sa výrazne zníži riziko jeho opakovania.

5 x Prečo by analýza mala vždy obsahovať dva aspekty - prečo problém vznikol a prečo nebol odhalený.[44]

Ak chcete začať analýzu problému, zhromaždite čo najviac informácií o vzniknutom probléme. Čím viac podrobností poznáme, tým máme väčšiu šancu identifikovať skutočnú príčinu problému. Zvážte, čo sa vlastne stalo, keď problém vznikol, aký je jeho rozsah a aké sú jeho dôsledky.

Pri tvorbe diagramu je dôležité pozrieť sa na problém z rôznych uhlov, čo vám môže umožniť zvýšiť počet nápadov na riešenie, ako aj identifikáciu problému. Po prediskutovaní a opísaní problému si položte otázku "prečo?". Odpovede musia byť založené na faktoch, skutočných údajoch, nie na domnienkach alebo názoroch. Túto otázku možno položiť neobmedzený početkrát, kým sa nenájde najdôkladnejší problém, ktorý potom spôsobuje ďalšie ťažkosti.

Po nájdení príčiny problému je čas prijať nápravné opatrenia. Mali by ste o tom diskutovať so svojím tímom, uskutočniť brainstorming a spoločne naplánovať ďalšie kroky, ktoré budú v tejto situácii najvhodnejšie.

Príklad použitia metódy 5xWhy:

Prečo boli zvarené časti potrubia s nesprávnymi rozmermi?

Pretože v skoršej fáze boli naštiepené nesprávne prvky.

Prečo boli zlepené nesprávne časti?

Pretože v predchádzajúcej fáze boli vybrané nesprávne prvky.

Prečo boli vybrané nesprávne prvky?

Pretože pracovník kompletizujúci prvky na zváranie nerozpoznal správne prvky.

Prečo pracovník nerozpoznal správne prvky?

Pretože na prvkoch nie sú žiadne označenia.

Záver - mal by sa zaviesť spôsob označovania prvkov tak, aby ich zamestnanec ľahko rozpoznal, alebo iné riešenie, ktoré zabráni nesprávnemu výberu materiálov.

Upozorňujeme, že môžu vzniknúť ďalšie otázky a že niekedy môže mať otázka dve alebo viac odpovedí. Preto sa analýza 5xWhy môže často zmeniť na veľmi veľký strom s mnohými otázkami..[45]

Metóda 5xwhy je najúčinnejšia pri problémoch, ktoré vyplývajú z jednej hlavnej príčiny. Čím viac je možných príčin problému, tým ťažšie bude túto metódu správne použiť.

Jednou z jej najdôležitejších výhod je jednoduchosť, pretože si nevyžaduje špecializovanú prípravu, školenie ani vybavenie. Možno ju použiť v akomkoľvek odvetví, organizácii alebo projekte. Nepochybne podporuje analytické myslenie a samostatné hľadanie problému, čo sa prejavuje vo väčšom zapojení kolegov. Okrem toho umožňuje nielen sústrediť sa na hľadanie a odstránenie základnej príčiny každého problému, ale aj motivuje tím k väčšej angažovanosti a prispievaniu k rozvoju projektu alebo k zdieľaniu vlastných nápadov na zlepšenie.

Viac o metóde a nástrojoch nájdete v programe 3. DŇA a 3. DŇA online.

Udržateľnosť

Udržateľný rozvoj je definovaný ako uspokojovanie potrieb ľudí v súčasnosti bez toho, aby sa obmedzila schopnosť budúcich generácií uspokojovať svoje potreby. Vyžaduje si spoločné úsilie o vybudovanie udržateľnej budúcnosti odolnej voči katastrofám pre všetkých ľudí na svete. Na dosiahnutie trvalo udržateľného rozvoja je dôležitý súlad troch prvkov: hospodárskeho rastu, sociálneho začlenenia a ochrany životného prostredia. Sú mimoriadne dôležité na dosiahnutie blahobytu celej spoločnosti. Predpokladom dosiahnutia trvalo udržateľného rozvoja je odstránenie všetkých foriem chudoby. Na tento účel je dôležité podporovať udržateľný hospodársky rast, zamerať úsilie na vytváranie väčšieho počtu príležitostí pre všetkých a usilovať sa o zníženie nerovností a umožniť dosiahnutie základného štandardu užívania. Dôležitou otázkou je aj budovanie spravodlivého sociálneho rozvoja alebo podpora a udržateľné riadenie prírodných zdrojov a ekosystémov.[46]

37 https://gazeta.sgh.waw.pl/po-prostu-ekonomia/kiedy-projekt-jest-innowacyjny-jak-zarzadzac-projektem-innowacyjnym
38 https://mfiles.pl/pl/index.php/Innowacyjna_teoria_przedsi%C4%99biorstwa
39 https://innovaops.pl/projekty-innowacyjne-od-wizji-do-przelomu/
40 https://gazeta.sgh.waw.pl/po-prostu-ekonomia/kiedy-projekt-jest-innowacyjny-jak-zarzadzac-projektem-innowacyjnym
41 https://www.corazlepszafirma.pl/blog/zloty-krag
42 http://insource.marketing/blog/zaczynaj-od-dlaczego
43 https://www.homesquare.pl/strefa_pro/zlote-kolo-koncepcja-podstawowe-pytanie-stawiane-przez-nowoczesnego-lidera/
44 https://leanbooks.pl/a12,metoda-5-why-jak-dziala-oraz-dlaczego-warto-ja-stosowac.html
45 https://www.menedzer-produkcji.pl/artykul/problem-solving-wszystko-co-trzeba-wiedziec-o-rozwiazywaniu-problemow-w-przedsiebiorstwie
46 http://www.unic.un.org.pl/strony-2011-2015/zrownowazony-rozwoj-i-cele-zrownowazonego-rozwoju/2860#

LEKCIA 6 Finančná štruktúra

Každý projekt potrebuje finančné zdroje. Zvážte, ako môžete získať finančné prostriedky a ako s nimi hospodáriť. Takéto pravidlá sa oplatí stanoviť hneď na začiatku našich aktivít.

Pri plánovaní rozpočtu uveďte typ projektu, ktorý sa má realizovať. Na tento účel sa oplatí zvážiť určité faktory:

- obdobie, počas ktorého sa bude projekt realizovať
- zapojenie zamestnancov – čo môžeme urobiť vo vnútri a čo musíme zadať externým dodávateľom
- uskutočniteľnú frekvenciu kontroly nákladov a realizácie projektu
- zdroje financovania – vlastné prostriedky alebo dodatočný zdroj financovania
- plánované efekty projektu – spočítateľné aj nespočítateľné.[47]

Ďalším krokom je prognóza výnosov a nákladov daného projektu. Je to časovo veľmi náročná fáza a vyžaduje si veľkú zodpovednosť. Pri príprave plánu rozpočtu môžeme použiť rôzne metódy. Prvou z nich je prognóza podľa veľkosti. Nie je veľmi presná, ale veľmi dôležitá, najmä v počiatočnej fáze plánovania, aby sme určili, či daný projekt bude stáť približne 5 000 EUR, 200 000 EUR alebo možno 1 milión EUR. Tento typ prognózy sa musí systematicky špecifikovať, aby boli údaje čo najaktuálnejšie. Je veľmi dobrá ako počiatočná fáza plánovania rozpočtu, od ktorej sa dá prejsť k ďalšej práci.
Ďalším typom prognózy nákladov je rozpočtová prognóza. Je oveľa presnejšia ako predchádzajúci druh. Dá sa urobiť len vtedy, keď už máme pomerne veľa podrobností o realizácii projektu, čase, konkrétnych úlohách atď.

Posledným typom je definitívna prognóza. Ide o najpodrobnejšiu z uvedených metód. Táto prognóza by mala najlepšie odrážať skutočné náklady projektu. Konečná prognóza sa robí už počas realizácie projektu.

Dôležitým prvkom, ktorý by mal byť tiež zahrnutý do plánovania nákladov, je rozpočtovanie nákladov. Znamená, že sa prognóza pripraví skôr a spočíva v odhade nákladov na konkrétne úlohy. Napríklad v prípade úloh, ktoré si vyžadujú dlhodobú prácu, vynásobte jednotkové náklady (napr. náklady na hodinu) počtom jednotiek (plánovaných hodín práce).

Hodnotenie

Hodnotenie je proces, ktorého úlohou je určiť, či daný projekt dosiahol svoje ciele. Hodnotenie sa môže vykonať v ktorejkoľvek fáze projektu.[49]

Hodnotenie môže mať mnoho účelov. Môžeme ho vykonať pre:

- výskum potrieb napr. príjemcov
- určenie cieľov našich budúcich činností
- zlepšenie už uskutočnených činností
- spoznávanie mechanizmov realizácie programov a projektov a zvyšovanie účinnosti tých, ktoré už prebiehajú
- podpora rozhodovacieho procesu
- určenie silných a slabých stránok organizácie
- zachytenie vznikajúcich problémov
- určenie, či sa dosiahli ciele a čo možno zlepšiť na dosiahnutie lepších výsledkov.[50]

Medzi hodnotiacimi kritériami môžeme rozlíšiť:

- účinnosť - ide o kritérium na posúdenie miery, do akej boli dosiahnuté predpokladané ciele. Ak sa ciele dosiahli, môžeme povedať, že náš podnik je úspešný.
- efektívnosť - umožňuje posúdiť, či je náš projekt hospodárny, pričom sa berie do úvahy pomer vynaložených vstupov (finančných, ľudských zdrojov, pracovného času) k dosiahnutým výsledkom a výsledkom.
- .užitočnosť - vďaka tomuto kritériu môžeme určiť, do akej miery hodnotené činnosti prispeli k riešeniu problému v oblasti, ktorej sa intervencia týka. Na užitočnosť sa nedá vždy pozerať cez prizmu cieľov aktivít, často je zameraná nielen na získanie nových vedomostí alebo zručností, ale aj na nadviazanie kontaktov alebo sociálnu aktivizáciu.
- relevantnosť - toto kritérium umožňuje posúdiť, do akej miery prijaté ciele a metódy realizácie projektu zodpovedajú potrebám príjemcov.
- udržateľnosť - umožňuje posúdiť, či účinky projektu budú môcť pretrvať aj po ukončení aktivít[51]

Ex-ante hodnotenie - vykonáva sa pred realizáciou aktivity, jeho cieľom je posúdiť správnosť plánovaných aktivít v súlade s cieľmi projektu. Strednodobé hodnotenie - počas trvania projektu sa hodnotia dosiahnuté etapy, produkty a výsledky. Umožňuje upraviť projekt tak, aby lepšie spĺňal plánované ciele. Ex-post hodnotenie, ktoré je najobľúbenejším typom hodnotenia. Vykonáva sa po skončení projektu, jeho cieľom je preskúmať dlhodobé výsledky, ako aj posúdiť realizáciu jednotlivých etáp a mieru dosiahnutia predpokladaných cieľov.[52]

Viac o hodnotení a nástrojoch v programe DŇA 5 a DŇA 5 online.

Gamifikácia

Gamifikácia je používanie herných prvkov v neherných situáciách. Jej najčastejším cieľom je zapojiť publikum. Tento koncept bol považovaný za jeden z najväčších objavov manažmentu a v súčasnosti sa čoraz častejšie využíva na budovanie vzťahov s klientom.

Pojem "gamifikácia" prvýkrát použil britský programátor počítačových hier Nick Pelling v roku 2002. Úspech a rozkvet počítačových hier prispel k ochote využívať rovnaké mechanizmy aj mimo herných oblastí. Rozvoj gamifikácie spadá do roku 2010, keď ju americké spoločnosti začali používať v manažmente.[53]

Gamifikácia je skvelým prvkom podporujúcim predaj, nábor a propagáciu. Pri navrhovaní prvkov gamifikácie je potrebné zohľadniť: pre koho, za akým účelom a ako dlho má konkrétna akcia trvať. Takisto je potrebné zohľadniť, aký efekt sa má dosiahnuť a čo má hra účastníkom poskytnúť. Je postavená ako každá iná činnosť. Preto je dôležité ich navrhnúť, realizovať, viesť, overovať v každej fáze a nakoniec zhrnúť.[54]

Gamifikáciu môžeme využiť v mnohých oblastiach života a často si ani neuvedomujeme, že sa ňou zaoberáme - pri vypĺňaní formulára na webovej stránke vidíme, že 72 % z nás už má za sebou, pri prihlásení na danú platformu vidíme správu, že stupeň, na ktorom sa nachádzame, je 5 z 8, v práci sú odmeňovaní zamestnanci s najlepšími výsledkami a pri nakupovaní zbierame body, ktoré potom môžeme vymeniť za odmeny. To všetko je gamifikácia. Môžeme sa s ňou stretnúť v kanceláriách, na uliciach, v práci. Jej mechanizmy sa dajú využiť na zvýšenie motivácie zamestnancov, zlepšenie angažovanosti, komunikácie a posilnenie vzťahov v skupine, na propagáciu výrobku/značky, zvýšenie jej známosti, budovanie dobrých vzťahov so zákazníkmi, čo sa potom premietne do zvýšenia príjmov z predaja a väčšej dôvery zákazníkov pri nákupe ďalších výrobkov v budúcnosti. Okrem toho sa gamifikácia môže využívať aj počas vzdelávania s cieľom zapojiť študentov do práce, zvýšiť ich motiváciu k činnosti a vzbudiť v nich záujem o danú tému.

Medzi mechanizmami gamifikácie môžeme rozlíšiť napr:

LIŠTA POSTUPU (PROGRESS BAR)

Často sa ani nezamýšľame nad tým, že informácia o tom, koľko kurzov / lekcií máme za sebou, sa premieta do nášho odhodlania konať. Keď nevieme, koľko máme za sebou a koľko pred sebou, zdá sa nám cesta, ktorá nás čaká, dlhšia a cieľ menej jasný. Takže takýto ukazovateľ pokroku má obrovský význam. Jedným z prvých miest, kde bol zavedený, bol registračný formulár na sieti LinkedIn. Vyplnenie profilu je časovo náročné a informácia, že sa blíži ku koncu, vás motivuje k tomu, aby ste si na to konečne našli chvíľu.

POINT SYSTEM

Je veľmi dôležité, koľko bodov získate v danej hre. Na základe toho sa vytvárajú rebríčky a môžete vidieť rozdiely medzi jednotlivými účastníkmi. Funguje to ako magnet a používatelia sa chcú stále zlepšovať. Body možno udeľovať za rôzne činnosti. V marketingu - za nákup daného produktu, za prihlásenie do aplikácie, za napísanie názoru na produkt. V e-learningu - za splnenie úlohy (študent si sám vyberie, či chce splniť jednoduchú úlohu s menším počtom bodov alebo ťažšiu - s vyšším počtom bodov), prípravu vlastných doplnkových materiálov, splnenie všetkých úloh súvisiacich s danou témou. V práci - počas pohovoru, kde uchádzač rieši rôzne úlohy a jeho výsledky sa môžu porovnávať s ostatnými účastníkmi.

RANKINGY

Zdravá súťaživosť nám dáva krídla a núti nás pristupovať k úlohám s väčším nadšením. Súťažiť môžete v rámci skupiny, medzi skupinami, v rámci inštitútu, medzi pobočkami/oddeleniami, medzi žiakmi - v rámci triedy, školy, mesta, krajiny. Takéto rebríčky sa môžu vo firmách využívať ako motivačný systém - udeľovanie vecných a nehmotných cien najlepším účastníkom, ako aj celým skupinám, čo sa môže prejaviť v posilnení väzieb v tíme a zvýšení angažovanosti zamestnancov. V rámci reklamnej kampane - pre najaktívnejších zákazníkov danej značky môžete naplánovať aj gadgety, produkty zadarmo, zľavy.

POZNÁMKA K TAJOMSTVU

V rámci gamifikácie môžeme pri vykonávaní rôznych činností odomykať nové úrovne s ďalšími výzvami. Je to veľmi vzrušujúce a používateľ je zvedavý na neznáme a nedostupné. Motivácia používateľa sa zvyšuje úmerne s nárastom jeho zvedavosti a jeho odhodlanie bude na vysokej úrovni, aj preto, aby zistil, čo sa mu stane v ďalších častiach.

SKUTOČNÁ HRA

Gamifikácia sa netýka len online aktivít. Interaktívnu formu možno navrhnúť aj počas vyučovacej hodiny, integračného stretnutia v práci alebo inovatívnej reklamnej kampane v centre mesta. Účastníci budú musieť čeliť rôznym výzvam, logicky spájať rôzne prvky medzi sebou a nájsť správne riešenie ako v hre escape room.[55]

Examples include such exercises as Marshmallow challenge, the Alliexpress shopping application, the Gather Town online meeting platform, Answergarden application that allows you to build a cloud of ideas, applications for creating mind maps, applications for random decision making, quizzes checking knowledge, surveys needed to collect answers feedback, online Trello application for organizing tasks, application for creating check-lists - checkli.

Gamifikácia v tréningovom procese

Pri príprave školenia je dôležité, aby boli účastníci počas celého procesu aktívni a zapojení. Školenie musí byť atraktívne a venované potrebám účastníkov.

Počas nášho školenia sme pripravili gamifikáciu progress bar, ktorá nám poskytla prehľad o tom, čo sme robili a čo sme dosiahli.

V prílohe nájdete schému gamifikácie projektu SOEN3. Zobrazuje rebríček s krokmi, ktoré treba prekonať.

Na začiatku školenia je potrebné pripraviť výkres alebo tlač (formát A1-A0) s rebríkom a malou postavou/osobou/obrysom človeka ako zástupcu účastníkov (samostatne, nie ako súčasť výkresu s rebríkom). Ako skupina by ste mali tento doplnok pomenovať al účastník napr. Johny a umiestniť ho pred rebrík.

Každý deň ráno by sa mali objaviť všetky kontrolné body a témy, ktoré sa budú tento deň preberať. Témy by mali byť rozdelené na rôzne stupne rebríka (ak pokryjete do jedného dňa 3 rôzne témy, musíte mať stupne rebríka).

Večer, počas denného hodnotiaceho sedenia, je dôležité posunúť "Johnyho" a dať mu šancu zostať na každom stupni. Pri každom kroku musíte zdôrazniť získané vedomosti a kompetencie. Kompetencie a vedomosti by mali byť napísané na pravej strane rebríka. Všetci účastníci by mali súhlasiť s tým, že kompetencie zaškrtnú (teda všetci by mali vyhlásiť, že ich majú).

Po skončení školenia počas posledného hodnotenia všetci vidíme, čo sme urobili, čo sme dosiahli a aká dlhá bola cesta.

School training scheme

Po absolvovaní medzinárodných školení o školskom participatívnom rozpočte a tvorbe projektov a po vytvorení vlastného projektu je teraz rad na vás, aby ste svoje vedomosti odovzdali svojim rovesníkom. Táto príručka vám prostredníctvom neformálnych metód poskytne všetku podporu, ktorú potrebujete na propagáciu 4-hodinového seminára na túto tému. Workshopy v rámci projektu SOEN3 sa nazývajú "SPB a MPB Multiplier Event - peer-to-peer workshopy".

V prvom rade by ste mali propagovať a propagovať svoje workshopy medzi svojimi rovesníkmi tak, že ich budete motivovať, aby sa naučili jednoduché kroky, ako vytvárať a riadiť sociálne projekty.

Na uskutočnenie workshopu budete potrebovať miestnosť s potrebnými podmienkami a materiálmi na prijatie účastníkov a propagáciu pripravených aktivít.

Uistite sa, že ste požiadali o všetky potrebné povolenia a že váš harmonogram je pre vašu skupinu najvhodnejší.
V schéme nižšie nájdete návrh, ako realizovať váš workshop, pričom sa vždy tvárite, že ho prispôsobujete vlastnej realite!

Čas

(4 hodiny, podľa vášho školského rozvrhu a možností)

Hlavné ciele

- Prezentujte všeobecné informácie o projekte a programe stretnutia.
- Definujte, čo je participatívny rozpočet obce a participatívny rozpočet školy.
- Prezentácia realizovaných projektov v rámci školského participatívneho rozpočtu
- Generovanie nápadov a simulácia školského participatívneho rozpočtu
- Hodnotenie procesu

Výbava /potrebný materiál

- Program a ciele ME (písomné/tlačené).
- Papierová páska.
- Fixky.
- Perá.
- Počítač.
- Projektor.
- Reproduktory.
- Farebné lístky.
- Flipchart a fixky na flipchart.
- Papiere.
- Vybavenie pre konkrétne vybrané cvičenia na budovanie tímu.
- Flipchart so slovami: Participatívny rozpočet obce.
- Knižná definícia: Participatívny rozpočet obce.
- Pracovný list (obchodné modely sociálnych podnikov).
- Pripravené 3 plagáty / tabule / flipcharty / Padlety / Jamboardy s kufríkom, košíkom a bielou škvrnou.s koferom, košarom i bijelom mrljom.

Popis krok za krokom

09.00h | Predstavenie kontextu multiplikačného podujatia, cieľov a programu seminára.
Rozprávanie o projekte SOEN 3.0 a jeho medzinárodných školeniach. Flipchart s cieľmi, ktoré by sa mali dosiahnuť na konci ME, by mal byť upevnený na stene, aby bol počas workshopu pre všetkých viditeľný. To isté by sa malo urobiť aj s programom (aktivity, harmonogram a prestávky). - **10 minuta**.

09.10h | Tvorba tímu/názovná hra.
Ak sa účastníci už poznajú, použite hru na budovanie tímu, ak je to ich prvé stretnutie, použite najprv hru na mená. - **10 - 40 minuta.**

09.50h | Definícia SPB a MPB.
Napíšte "Participatívny rozpočet obce" do stredu tabule/flipchartu a zakrúžkujte ho. Rozdeľte mladých ľudí do tímov po troch a požiadajte ich, aby napísali čo najviac slov, ktoré s tým súvisia.

Popis krok za krokom

Kartičky by mali tvoriť lúče slnka - požiadajte zástupcu každej skupiny, aby prečítal a nalepil kartičky na tabuľu/flipchart. Ak sa niektoré slovo opakuje, rozšírte "lúč" slnka.
Spoločne vytvorte definíciu Participatívneho rozpočtu obce, pričom vychádzajte z najčastejších odpovedí. Potom si prečítajte definíciu z knihy.
Potom sa porozprávajte o preklade Participatívneho rozpočtu obce na úroveň školy ako Školského participatívneho rozpočtu. - **10 minuta**.

10.00h | SPB v škole - naše projekty .
Na túto časť je potrebné vopred si pripraviť materiály - film, plagáty, fotografie a pod. o jednotlivých fázach projektu - úvodný plán, plánovanie, podávanie žiadostí (vyplnenie, súťaž, propagácia), realizácia aktivít, rozdelenie povinností. - **15 minuta**.

10:15h | Sociálne projekty v našej škole/meste.
Rozdeľte účastníkov do skupín po 3 - 5. Každá skupina by mala zvážiť svoj nápad ako súčasť participatívneho rozpočtu školy. Vzhľadom na vybraný sociálny projekt postupujte podľa týchto krokov:
Vytvorenie nápadu
- Sociálny aspekt projektu
- Ganttov diagram projektu

Podrobnejšie informácie o plánovaní a realizácii projektu nájdete v pracovnom liste. - **20 minuta**.

11.35h | Prezentácie projektov.
Každá skupina by mala zhrnúť proces, ktorý uskutočnila vo svojej skupine. Je to čas na prezentáciu svojho nápadu, základných predpokladov, náčrtu rozpočtu a jeho analýzu na skupinovom fóre. - **15 minuta**.

11.50h | Priestor na otázky a zhrnutie.
Kufrík, košík, biela škvrna - hodnotenie.
Požiadajte účastníkov, aby sa zamysleli nad dnešným dňom. Vopred si pripravte 3 plagáty / tabule / flipcharty / Padlety / Jamboardy. Na prvý z nich by ste mali umiestniť grafiku kufra, na druhý - košík, na tretí - bielu škvrnu. Kufrík - čo ste si odniesli z dnešného dňa, najlepšia časť školenia, o čom budem rozprávať svojim priateľom, Kôš - najhoršia časť školenia, Biela škvrna - niečo, čo ste vynechali. Každý z účastníkov môže na každý flipchart pridať post-its.- **10 minuta**.

Poďakovanie a rozlúčka!

PRÍLOHY

Agenda DEŇ 1

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], vypracovanie projektov
Plán stretnutia

Čas

9:30 - 18:00 s prestávkami a obedom

Hlavné ciele

- Predstavte mená účastníkov
- Práca na vytváraní skupiny
- Otázky o obavách, očakávaniach a návrhoch
- Úvod do projektu

Vybavenie / potrebný materiál

- Fixky
- Perá
- Post-its
- 20 listov papiera (formát A0 - flipchart)
- fixky/ pastelky
- 4 metre špagátu
- nožnice
- široká páska, papierová páska
- 5 surových vajec (jedno pre každú skupinu + náhradné pre prípad nehody),
- 5 gumičiek (pre každú skupinu),
- 2 metre šnúrky (pre každú skupinu)
- 2 balóny ~10 (každá skupina).
- deka
- Marshmallow
- špagety (125 tyčiniek)
- lepiaca páska (5 kusov)
- povrázok (10 m)
- počítadlo na 20 minút
- meter/pravítko
- makety oblečenia vystruhnuté z papiera
- kartičky so zvieratami
- spinky na papierové oblečenie

Korak po korak opis

09.30h | Oficiálne privítanie a krátke predstavenie skupín

09.45h | Energizer Dochvíľny Paulo
Toto je rýchla aktivita, ktorá pomôže členom tímu zapamätať si navzájom svoje mená.

Popis krok za krokom

Úvod do aktivity:
1. Požiadajte účastníkov, aby sa zamysleli nad prídavným menom, ktoré sa začína na rovnaké písmeno ako ich meno.
2. Vytvorte kruh a požiadajte každého účastníka, aby postupne povedal svoje meno s prídavným menom.
3. Po tom, čo všetci účastníci povedia svoje meno a prídavné meno, požiadajte ich, aby išli v smere hodinových ručičiek a povedali meno a prídavné meno patriace osobe po svojom boku.
4. Po niekoľkých obmenách požiadajte účastníkov, aby zopakovali krok 3 a išli proti smeru hodinových ručičiek.

10.15h | Icebreaker Magická stena
Rozdeľte účastníkov do dvoch skupín. Medzi obe skupiny zdvihnite plachtu alebo nejakú deku (ide o to, aby sa ani jeden tím navzájom nevidel). Každý tím pošle jedného zo svojich členov plachtu alebo deku. Ľudia, ktorí držia plachtu alebo deku, počítajú do troch a plachta alebo deka sa spustí. Zostanú dvaja účastníci, ktorí sa na seba pozerajú. Vyhráva ten, kto ako prvý zakričí meno toho druhého. Potom sa "porazený" pridá k tímu "víťazov" a hra sa začína znova, kým nie sú všetci účastníci na jednej strane.

10.35h | Teambuilding Marshmallow challenge
Cieľ: Postaviť čo najvyššiu vežu len pomocou špagiet a lepiacej pásky, šnúrky. Na vrchole veže musí byť umiestnený marshmallow. Vyhráva najvyššia veža, ktorá stojí bez pomoci.

Pokyny (podľa stránky marshmallow.com):
Rozdeľte účastníkov do skupín po 4 až 5. Dve skupiny sa môžu deliť o jeden stôl.
"Jedným z kľúčov k založeniu úspešného podniku je tímová práca a riešenie problémov. To si vyžaduje kreativitu, inovácie a myslenie mimo rámca, ale aj schopnosť vypracovať plán a realizovať ho ako tím.
V súťaži Marshmallow Challenge bude mať váš tím 20 minút na to, aby spoločne postavil špagetovú vežu, ktorá má na vrchole marshmallow. Víťazný tím bude mať najvyššiu vežu stojacu bez pomoci.

Tu sú pravidlá:
1. Váš tím môže použiť len dodané materiály. Patrí sem jeden meter pásky, 25 špagiet a marshmallow.
2. Nesmiete použiť žiadne iné materiály, ktoré by vám pomohli pri podopretí veže.
3. Budete mať k dispozícii len 20 minút. Marshmallow musí byť na vrchole veže, keď časový limit vyprší a vaša veža musí stáť bez pomoci.
4. Meranie je vertikálne meranie od stola po vrchol veže.
5. Na dosku stola môžete nalepiť pásku.

Popis krok za krokom

6. Špagety sa môžu rozdeliť na menšie kúsky. Raz polámané kúsky sa však nesmú nahrádzať.

Ok, nezabudnite, 20 minút, vyhráva najvyššia veža, marshmallow musí byť na vrchole a žiadne podvádzanie! Môžete začať"
Počas tímovej aktivity: V prípade potreby sledujte postup tímu a pripomeňte im pravidlá.
Ukončenie tímovej aktivity: Keď zostávajú dve minúty, oznámte, že zostávajú dve minúty. Potom tiež o jednu minútu. Po uplynutí času zmerajte výšku veže každého tímu. Vyhláste víťazný tím.

Zhrnutie: Môžete sa spýtať niekoľkých tímov, ktoré boli úspešné, aké bolo ich tajomstvo? Diskutujte o výzvach a veciach, ktoré by nabudúce urobili inak.
Ukončite to týmto zhrnutím.
"Marshmallow Challenge" je aktivita robená s cieľom pomôcť vedúcim pracovníkom podnikov uvedomiť si silu a výzvy tímového riešenia problémov. Túto aktivitu vykonali tisíce skupín a z týchto štúdií vyplynuli zaujímavé štatistiky.
1. Jednou z najhoršie výkonných skupín sú v priemere absolventi vysokých škôl s obchodným zameraním (v priemere 20 cm vzsok8 veža) Dôvod... bolo im povedané, že riešenie problémov je lineárne riešenie, pri ktorom plánujete a potom plán vykonáte. Pracujú až do úplného konca, umiestnia svoj marshmallow na vrchol a majú buď "aha moment", alebo častejšie "oops moment".
2. Jednou z najúspešnejších skupín je ďalšia skupina absolventov... absolventi materskej školy. Škôlkari majú v priemere 30 centimetrov vysokú vežu. Prečo? Pretože majú prirodzený inštinkt na prototypovanie. Podobne ako pri hre s kockami v detstve. Začínajú s marshmallow a budujú. Navyše nemajú prirodzený boj o moc v rámci svojich tímov, ktorý sa rozvíja u dospelých.

11.20h | Prestávka

11:40h | Team Building - Pilot vajíčko
Cieľ:
Prinútiť tím spolupracovať na konkrétnom prípade, posilniť schopnosti jeho členov spolupracovať.

Úlohou je pusiť vajce z určitej výšky (približne 5 metrov) na zem bez toho, aby sa vajce rozbilo (napríklad z okna). Vajíčko možno počas tejto nebezpečnej cesty chrániť a/alebo mu pomáhať len pomocou rozdaných materiálov.

Popis krok za krokom

Vajíčko sa nesmie variť, smažiť ani inak upravovať. Musí to byť surové vajce.
1. Rozdeľte skupinu do malých tímov (približne 3-4 účastníci v každej skupine).
2. Vysvetlite študentom úlohu a povedzte im, že úlohou je ochrániť vajíčko pred rozbitím z vysokého pádu, len s pomocou rozdaných materiálov.
3. Zvážte rozdelenie skupín, aby ste zabránili vzájomnému kopírovaniu nápadov.
4. Dajte študentom 10 minút na vypracovanie plánu, ako vyriešiť úlohu. V tomto čase sa nikto nesmie dotknúť materiálov ani vajec.
5. Po 10 minútach sa materiály a surové vajcia rozdajú.
6. Dajte žiakom 15 minút na prípravu letu vajíčka.
7. Po 15 minútach sa vajíčka vyhodia z okna (alebo z akej výšky ste sa rozhodli).
8. Skupiny, ktorým vajíčka pristáli na zemi bez toho, aby sa rozbili, vyriešili úlohu.

12:25h | Teambuilding Lyžiari
Cieľ: Prinútiť ľudí pracovať a rozprávať sa spolu, zdieľať spoločný cieľ, zažiť skupinovú prácu.

Kroky:
1. Skupinu by malo tvoriť 5 ľudí. Musíte si pripraviť správny počet sád požadovaných materiálov.
2. Informujte účastníkov o ich cieli a pravidlách:
- Úlohou každej skupiny je pripraviť dve lyže, na ktorých sa spoločne pohybuje 5 ľudí. Lyže nemôžu byť pripevnené k topánke alebo nohe "napevno".
- 5 ľudí z každej skupiny sa pohybuje na lyžiach, 1 osoba je technická podpora.
- Čas na prípravu lyží pre skupiny: 20 minút.
- Účastníci si môžu svoje lyže ozdobiť.

3. Sledujte čas, kým skupiny pracujú.
4. Určite štartovaciu a cieľovú čiaru (trasa dlhá približne 15 - 20 metrov).
5. Skupiny by mali pretekať na trati, v rovnakom čase.
6. Odmena: víťazná skupina môže dostať darček - napr. čokoládu, môžete pripraviť šerpy alebo jednoducho odmeniť víťazov veľkým potleskom ostatných skupín.
7. Hra poskytuje učiteľovi/trénerovi prehľad o: kompetenciách žiakov/účastníkov v oblasti skupinovej práce, potenciálnych lídroch skupín. Hra tiež naštartuje proces vytvárania tímu z jednotlivých účastníkov.

Popis krok za krokom

13.00h | Obed

14.30h | Energizer Nájdi svoj pár
Nájdi svoj pár je naozaj zábavný energizér, ktorý všetkých rozhýbe a rozosmeje.
1. Spočítajte počet účastníkov (vyžaduje sa párny počet, takže sa na základe toho rozhodnite, či budete súčasťou aj vy alebo nie).
2. Vydeľte počet účastníkov dvoma a zistite koľko zvierat budete potrebovať (povedzme 20 účastníkov, takže potrebujete 10 rôznych zvierat).
3. Názov každého zvieraťa napíšte na dva lístky.
4. Rozdajte účastníkom lístočky s prosbou, aby ich nikomu neukazovali.
5. Požiadajte všetkých, aby sa pohybovali po miestnosti
6. Dajte všetkým pokyn, aby si zakryli oči rukami, vydávali zvuky zvierat a snažili sa nájsť svoju dvojicu.

14:45h | Predstavenie programu školenia, projektu SOEN3 a metodiky SPB

15:15h | Obavy, očakávania a návrhy - šnúra na bielizeň
Účastníci dostanú výkresy častí oblečenia - tričko, šortky a ponožky. Každý kus oblečenia sa vzťahuje na inú oblasť: obavy, očakávania, návrhy. Každý účastník napíše svoje predstavy na príslušné kusy oblečenia. Predmety šatníka by mali byť zavesené na šnúre v miestnosti.
Všetci si prečítame všetky "oblečenia".

15:45h | Pravidlá počas tréningu
Spolu s mladými pripravte súbor pravidiel a všetci by ich mali podpísať. Všetci účastníci by mali súhlasiť s každým pravidlom. Pravidlá napr. typu "Buď dochvíľny".

16.00h | Prestávka

16:15h| Naše podnikateľské nápady
Účastníci dostanú flipcharty a fixky, aby si pripravili plagát svojich podnikateľských nápadov pomocou myšlienkových máp a grafiky. (60 min)
Do svojej myšlienkovej mapy zahrňte tieto informácie:
- V strede uveďte názov iniciatívy.
- pre koho je iniciatíva určená (kto bude mať z nej prospech)
- kto ju bude realizovať
- zdroje
- termín realizácie
- cieľ
- výdavky
- riziká
- a ďalšie...

Popis krok za krokom

17.50h | Hodnotenie dňa

18.00h | Večera

19.30h | Medzinárodný večer

Program dňa 1 online

Odborná príprava v oblasti participatívneho rozpočtu škôl [SPB], modelov sociálneho podnikania [SBM], vývoj projektu
Plán stretnutia

Čas	Od 9:30 do 18:00 s prestávkami a obedom
Hlavné ciele	• Predstavenie sa účastníkov • Spoznávanie sa v skupine • Otázky o obavách, očakávaniach a návrhoch • Úvod do projektu
Potrebné zariadenia /materiály	• Marshmallow (jeden kus pre každú skupinu) • špagety (25 pre každú skupinu) • páska (1 kus pre každú skupinu) • špagát (2 m pre každú skupinu) • Aplikácia Flipgrid • tabuľa ako Jamboard/Padlet alebo https://conceptboard.com/ alebo https://drive.explaineverything.com/ • https://wheelofnames.com/ • https://www.thegamegal.com/word-generator/) • https://giphy.com/
Popis krok za krokom	**09:30h | Oficiálne privítanie a krátka prezentácia skupín** Privítanie koordinátorom projektu. Účastníci majú čas predstaviť svoju krajinu a školu. Toto je čas predstaviť filmy, ktoré si vopred pripravili. (pomocou aplikácie Flipgrid) **10.15h | Ice breaker - Magická stena** Ak sa účastníci z každej krajiny zdržiavajú v jednej miestnosti, cvičenia sú nasledovné (v opačnom prípade by sa cvičenie malo prispôsobiť prevládajúcim podmienkam): Každá krajina je samostatným tímom. Zakryte kameru tak, aby ostatné tímy nič nevideli. Každý tím pošle jedného zo svojich členov pred kameru. Akonáhle sú tímy pripravené, odkryjú svoje kamery. Týmto spôsobom môžete vidieť len tváre jednotlivých členov tímu, ktorí sa na seba pozerajú. Ktokoľvek môže zakričať meno človeka z druhého tímu, ktorý je na obrazovke. Jeho tím "vyhráva" a získa bod. Potom tímy opäť zakryjú kamery a urobia to isté ako predtým. Hra je ukončená líderom, ktorý pripisuje body.

Popis krok za krokom	**10:35h | Teambuilding Marshmallow Challenge** Ak sú účastníci z každej krajiny v jednej miestnosti, cvičenia sú nasledovné (v opačnom prípade by sa cvičenie malo prispôsobiť prevládajúcim podmienkam): Účel: Postaviť čo najvyššiu vežu pomocou špagiet, pásky a špagátu. Marshmallow musí byť umiestnený na vrchole veže. Najvyššia veža, ktorá stojí bez pomoci, vyhráva. Úvodné inštrukcie (podľa marshmallow.com): Každá krajina je samostatný tím. Pripravte priestor na stôl a potrebné materiály. "Jedným z kľúčov k založeniu úspešného podniku je tímová práca a riešenie problémov. Vyžaduje si to kreativitu, inovácie a myslenie mimo rámca, ale aj schopnosť vypracovať plán a realizovať ho ako tím. V súťaži Marshmallow Challenge bude mať váš tím 20 minút na to, aby spoločne postavil špagetovú vežu, ktorá má na vrchole marshmallow. Víťazný tím bude mať najvyššiu vežu stojacu bez pomoci. Tu sú pravidlá: 1. Váš tím môže použiť len dodané materiály. To zahŕňa jeden meter pásky, 25 špagiet a jedno marshmallow. 2. Nesmiete použiť žiadne iné materiály, ktoré by vám pomohli pri podopretí vašej veže. 3. Budete mať k dispozícii len 20 minút. Marshmallow musí byť na vrchole veže, keď je čas vyprší a vaša veža musí stáť bez pomoci. 4. Meranie je vertikálne, od stola po vrchol veže. 5. Na dosku stola môžete pásku lepiť. 6. Špagety sa môžu rozdeliť na menšie kúsky. Raz polámané kúsky sa však nesmú nahrádzať. Dobre, nezabudnite, 20 minút, vyhráva najvyššia veža, marshmallow musí byť na vrchole a žiadne podvádzanie! Môžete začať".

Popis krok za krokom

Počas tímovej aktivity: V prípade potreby sledujte postup tímu a pripomeňte im pravidlá.
Ukončenie tímovej aktivity: Keď zostávajú dve minúty, oznámte, že zostávajú dve minúty. Potom tiež o jednu minútu. Keď nastane čas, každá skupina musí zmerať výšku veže. Vyhláste víťazný tím.
Zhrnutie: Niektorých úspešných tímov sa môžete opýtať, aké bolo ich tajomstvo, diskutujte o výzvach a veciach, ktoré by nabudúce urobili inak.
Na záver urobte toto zhrnutie.
"Marshmallow Challenge" je aktivita, ktorá sa robí s cieľom pomôcť vedúcim pracovníkom podnikov uvedomiť si silu a výzvy tímového riešenia problémov. Túto aktivitu vykonali tisíce skupín a z týchto štúdií vyplynuli zaujímavé štatistiky.
1. Jednou z najhoršie výkonných skupín sú v priemere absolventi vysokých škôl s obchodným zameraním (v priemere 20 centimentrov.) Dôvod... bolo im povedané, že riešenie problémov je lineárne riešenie, pri ktorom plánujete a potom plán vykonáte. Pracujú až do úplného konca, umiestnia svoj marshmallow na vrchol a majú buď "aha moment", alebo častejšie "oops moment".
2. Jednou z najúspešnejších skupín je ďalšia skupina absolventov... absolventi materskej školy. Škôlkari majú v priemere 30 centimetrov. Prečo? Pretože majú prirodzený inštinkt na prototypovanie. Podobne ako pri hre s kockami v detstve. Začínajú s marshmallow a budujú. Navyše nemajú prirodzený boj o moc vo svojich tímoch, ktorý sa rozvíja u dospelých.

11:20 | Prestávka

11:40 h | Hra so slovnými hračkami
Vopred si pripravte kartičky so slovami a vytvorte tabuľu pomocou Jamboardu alebo https://conceptboard.com/ alebo https://drive.explaineverything.com/, na ktorú budú môcť účastníci kresliť. Vyberte osobu pomocou Kola mien (https://wheelofnames.com/). Potom jej/jemu prideľte slogan, ktorý si náhodne vyberiete z daných:

- jednoduché ako facka
- morské plody
- pracovitý ako včela
- ohňostroj
- na konci dúhy
- obdivovať krajinu
- Kocúr v čižmách

Môžete vymyslieť aj iné slová, napr. názvy filmov, aby ich poznali všetci účastníci, alebo použiť generátor slov (https://www.thegamegal.com/word-generator/).

Popis krok za krokom

Úlohou hráča je predložiť slovo s kresbou. Nemôže použiť slová. Po uhádnutí slova sa náhodne vyberie ďalšia osoba, ktorá bude žrebovať.

12:20 | Hádajte, čo to je

Tu je návod, ako stručne opísať hru:
Dajte účastníkom vedieť, že budú pracovať v tímoch v rôznych miestnostiach (každá krajina je jedna skupina) a že po tom, čo ste všetkých oboznámili s úlohou, začnú im tikať hodiny a budú mať časový limit, do ktorého budú musieť úlohu splniť. Pokyny podávajte postupne, aby ste účastníkom nepokazili zábavu a neovplyvnili ich výber náhodného stimulačného predmetu.
Požiadajte účastníkov, aby medzi sebou našli jeden zaujímavý predmet, najlepšie z vonku, a priniesli ho dovnútra alebo ho odfotili, aby ho zvyšok tímu na prestávke mohol vidieť na obrazovke na konci cvičenia.
Účastníci majú potom spoločne pracovať vo svojich miestnostiach a vytvoriť zoznam 12-15 slov/viet, ktoré opisujú ich zaujímavý objekt. Jedna osoba v každej miestnosti bude musieť tieto slová zapísať. Vytvorte určitý časový tlak a dajte delegátom len niekoľko minút na zostavenie zoznamu.
Každý tím prečíta svoje výroky a ostatní musia uhádnuť, o čo ide. Po vyriešení úlohy tím ukáže predmet alebo jeho fotografiu, ak je vzdialený. Vyhráva tím, ktorý uhádne najviac predmetov.

13:00h | Obed

14:30h | Dotknite sa modrej farby
Začnite tým, že facilitátor povie niečo, čoho sa môžete dotknúť, napríklad "dotkni sa modrej farby" alebo "dotkni sa niečoho teplého". Každý účastník sa potom musí pohnúť a dotknúť sa niečoho, čo je modré alebo teplé. Môže to byť niečo na ich stole, kus oblečenia alebo niečo, čo musia ísť nájsť na poličke s knihami. Osoba, ktorá nájde predmet ako posledná, potom musí vybrať ďalší atribút.
Ak chcete, aby to bolo trochu súťaživejšie, dajte každému pätnásť sekúnd na to, aby niečo našiel, a vyraďte tých hráčov, ktorí nič nenájdu včas. Pokračujte v hre a komplikujte veci alebo skracujte čas, kým nezostane jeden hráč. Efektívne môže byť aj rýchle striedanie kôl tohto energizéra počas celého seminára, aby ste účastníkov udržali v strehu!

14:45h | Prezentácia programu školenia, projektu SOEN3 a metodiky SPB

Popis krok za krokom

15:45h | Pravidlá počas tréningu
Spolu s mládežou pripravte súbor pravidiel a všetci by sa mali "podpísať", napr. prostredníctvom google formulárov a označením každého účastníka pod pravidlami odpovede - "Súhlasím s pravidlami". Všetci účastníci by mali súhlasiť s každým pravidlom. Pravidlá napr. typu "Buď dochvíľny".

16:00h | Prestávka

16:15h| Nápady našich podnikateľov
Úlohou účastníkov je vytvoriť krátky film prezentujúci tému ich projektu (pomocou aplikácie flipgrid).

Zahrňte informácie:
- názov iniciatívy
- pre koho je iniciatíva určená (komu bude prospešná)
- kto ju bude realizovať
- zdroje
- termín realizácie
- cieľ
- výdavky
- riziko
- a ďalšie...

Prezentácia nápadov.

17:50 h | Hodnotenie dňa
Nájdite a predstavte GIF / GIFy, ktoré vám po dnešku navodia náladu. Vysvetlite, prečo ste si vybrali práve jeden z nich.

Nástroj: napr. https://giphy.com/

Agenda DEŇ 2

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], tvorba projektov
Plán stretnutia

Čas

9:30 - 18:00 s prestávkami a obedom

Hlavné ciele

- Práca na budovaní skupiny
- Úvod do projektového riadenia

Vybavenie /potrebný materiál

- Fixky
- Flipcharty
- Papier
- Post-its
- Perá
- deka
- nožnice
- Počítač
- Projektor
- SMART - definícia (https://docs.google.com/document/d/1fNZvS9mqQCP059cfbL9CzQ_FT_lQQy2m/copy)

Popis krok za krokom

09.30h | Raft
Cieľ: aktivizácia účastníkov, posilnenie spolupráce v skupine
Materiály: deka
Uprostred miestnosti je deka symbolizujúca plť. Účastníci sú vyzvaní, aby cestovali na plti, t. j. nastúpia na plť. Zvyčajne je optimálny počet ľudí na plti 15-16 osôb. Ak je skupina väčšia, môžu sa vytvoriť dva plte a celá hra sa môže niesť v duchu súťaže medzi dvoma skupinami. Počas cesty musia ľudia stojaci na plti obracať deku. Nemôžu používať ruky a dovoliť, aby niekto z plte - deky spadol. tip: Po skončení hry si s účastníkmi hru zhrňte. Spýtajte sa účastníkov, čo bolo pre nich najväčším problémom. Ako sa dostali k spôsobu, ktorý im umožnil vyhrať túto súťaž? Tieto otázky vám pomôžu získať obraz o skupinovej spolupráci.

09:45h | Tvorivé dielne
Vytvorte skupiny po 4 osoby.
Úlohou je vymyslieť, ako použiť veci iným spôsobom napr. Spinka na papier/špáratko na zuby. Nápady sa píšu na papier.

Popis krok za krokom

09:45h | Tvorivé dielne
Vytvorte skupiny po 4 osoby.
Úlohou je vymyslieť, ako použiť veci iným spôsobom napr. Spinka na papier/špáratko na zuby. Nápady sa píšu na papier.

09:55h | Projektové riadenie - úvod

10.05h | Riadenie vlastného projektu (ľudia, činnosti, financie)
Predtým ako sa založí nejaký podnik je vhodné odpovedať si na niekoľko otázok, aby ste získali podrobný obraz o situácii. Účastníci dostanú flipcharty a fixky a zapíšu si odpovede na nasledujúce otázky:

- Čo sa snažíme robiť? Aké sú naše ciele? Čo chceme dosiahnuť?
- Napíšte, čo je vašou hlavnou myšlienkou. Je potrebné nakresliť reťaz. Prvé očko je hlavným cieľom projektu. Ďalšie od neho odbočuje, kam by ste mali dať to, čo vďaka nemu dosiahnete, ďalšie sa týka toho, čo dosiahnete prostredníctvom predchádzajúcich atď. Mali by ste pokračovať, kým vám nedôjdu nápady.
- Čo chceme urobiť? Aké sú plánované kroky? Aké sú etapy, ktorými treba prejsť? Sú potrebné nejaké formálne kroky?
- Vytvorte rebríček (nechajte si miesto na flipchart - viac vpravo). Záverečné aktivity by mali byť na najvyššej úrovni, napr. týkajúce sa pokračovania daného projektu, návrhu riešenia umožňujúceho rozvoj už ukončeného projektu alebo spôsobu zabezpečenia a údržby produktov vytvorených v rámci projektu. Prvá činnosť, ktorú účastníci vykonajú, aby mohli realizovať projekt, by mala byť na najnižšej úrovni. Pokračujte v napĺňaní jednotlivých priečok, kým vám nedôjdu nápady. Najlepšie je, keď je etáp čo najviac a sú čo najpodrobnejšie. Po ich zapísaní na flipchart bude mať celá skupina jasnú predstavu o tom, čo musí urobiť, čo uľahčí orientáciu napríklad pri rozdeľovaní jednotlivých úloh.
- Kedy začneme? Kedy skončíme? Kedy plánujeme jednotlivé fázy? Od čoho môžu závisieť naše termíny? Čo ich môže zmeniť?
- Čo na to potrebujeme? Aké nástroje, výrobky, ľudské zdroje alebo peniaze sú potrebné? Na pravej strane každej úrovne by ste mali uviesť, aké nástroje, zdroje, prostriedky a personál potrebujete.
- Dokážeme to urobiť sami alebo potrebujeme pomoc? Zvážte, ktoré z prvkov môžete zorganizovať sami a ktoré si vyžadujú špeciálne postupy, špecializovaný personál, či sú zdroje, ktoré máme, dostatočné, či musíme požiadať o externé finančné prostriedky atď. Závery by mali byť zaznamenané s konkrétnymi zdrojmi.
- Ako dlho nám to bude trvať? Každá z etáp musí byť časovo naplánovaná. Zvážte postupnosť našich činností. Ak sú našimi krokmi napríklad rekonštrukcia miestnosti, objednávka nového nábytku, je potrebné vziať do úvahy aj to, že čas čakania na objednávku nezávisí od nás. Za zmienku stoja aj takéto závery na jednotlivých priečkach rebríka.

Popis krok za krokom

- Koľko to stojí? Pri každom z potrebných zdrojov je potrebné doplniť informáciu, či budú potrebné ďalšie finančné zdroje, v akej výške a či pôjde o vlastné alebo externé zdroje.

11.20h | Prestávka

11.35h | Riadenie vlastného projektu - pokračovanie + prezentácia pripraveného plánu riadenia.
Účastníci si môžu navzájom vypočuť a doplniť svoje postrehy.

13.00h | Obed

14.30h | Úlohy ľudí v skupine
Účastníci musia zvážiť, aké pozície by mali byť vytvorené počas realizácie ich projektov a aký je rozsah zodpovednosti za danú rolu. Cieľom cvičenia je poukázať na to, aké zručnosti a kompetencie sú potrebné na vykonávanie úloh na danej pozícii. Ďalšou časťou cvičenia je analyzovať, aké zručnosti a kompetencie možno rozvíjať/získavať realizáciou konkrétnych činností. Príklady rolí: koordinátor, grafik, tréner, manažér.

15:30h | Prestávka

15.45h | Ganttov diagram
Každá skupina dostane svoj vlastný diagram, ktorý treba vyplniť. Všetky naplánované činnosti sa majú zapísať na príslušné miesta na základe 7 procesov Princa2:
1. Príprava projektu
2. Začatie projektu
3. Strategické riadenie projektu
4. Riadenie na konci etapy
5. Riadenie etapy
6. Riadenie dodávok produktov
7. Uzavretie projektu

Účastníci sa musia rozhodnúť, ktorá časová jednotka bude pre nich najvhodnejšia, a zaznamenať ju do tabuľky. Potom musia určiť, kedy sa každá z týchto činností začne, ako dlho bude trvať a kedy sa skončí. Musia tiež rozhodnúť o nákladoch a ľuďoch, ktorí budú na jednotlivých pozíciách po celý čas projektu. Súbor by mal byť čo najčitateľnejší, aby osoba, ktorá sa pripojí k projektu, vedela, v akom štádiu sa práve nachádza, čo bolo vykonané a aké činnosti sa majú v danom momente uskutočniť. Preto je vhodné takýto graf v priebehu projektu aktualizovať pridávaním údajov o skutočnom trvaní k plánovanému času.

Popis krok za krokom

16.45h | Kontrola na základe metódy Prince2 a určenie ukazovateľov pomocou metódy SMART
Účastníci sa opäť spoja do skupín a pracujú na svojich projektoch.
Pred realizáciou projektu je potrebné prijať mnohé potrebné predpoklady, aby sme dosiahli to, čo chceme, čo najlepším spôsobom. Na začiatku, v priebehu a na konci je potrebné monitorovať všetky činnosti, aby bolo možné rýchlo reagovať na to, čo sa deje, a byť čo najflexibilnejší. Kontrolu môžete vykonávať rôznymi spôsobmi a každý tím by si mal vybrať ten, ktorý je pre neho ideálny. V tejto fáze by sa mali stanoviť ukazovatele, ktoré by sa mali dosiahnuť počas realizácie činností. Aby ste ich čo najlepšie definovali, oplatí sa použiť metódu SMART, ktorá predstavuje jednoduchý spôsob, ako podrobne definovať ciele.

Facilitátor oboznámi účastníkov so zásadami metódy SMART. Účastníkov požiada, aby sa zamysleli nad cieľom svojej myšlienky a stanovili si určité predpoklady, ukazovatele, ktoré možno kontrolovať, aby zistili, do akej miery boli dosiahnuté v rôznych fázach činností. Tieto ukazovatele musia byť v súlade so zásadou SMART, t. j:

- Konkrétne (Specific)
- Merateľné (Measurable)
- Dosiahnuteľné (Achievable)
- Relevantné (Relevant)
- Časovo ohraničené (Time - bound)

Účastníci si zapíšu svoju stratégiu na flipchart. Všetky pojmy sú napísané podľa pravidiel SMART.
Ich ďalšou úlohou je zvoliť si spôsob, akým budú kontrolovať, či boli ciele dosiahnuté. Treba mať na pamäti, že ukazovatele by sa mali monitorovať nielen na konci projektu, ale aj v rôznych fázach jeho realizácie. Príkladom takýchto metód overovania pokroku môže byť napr. kontrolný zoznam alebo protokol s vypracovanými pokynmi a vývojový diagram počas činností.

17.50h | Hodnotenie dňa

18.00h | Večera

Agenda DEŇ 2 online

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], tvorba projektov
Plán stretnutia

Čas	9:30 - 18:00 s prestávkami a obedom
Hlavné ciele	• Práca na budovaní skupiny • Úvod do projektového riadenia
Vybavenie /potrebný materál	• starý papier A4 a nožnice pre každú osobu • Jamboard/plocha s pozadím • tabuľa ako Jamboard alebo https://drive.explaineverything.com/ alebo https://conceptboard.com/ • treba duplikovať pre každú skupinu: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1N0FfEZ0Qc1v2znUXugGp9NEWIgGK5xdeXQGjT4DJ9QY/copy?usp=sharing • https://giphy.com/ • SMART - definícia (https://docs.google.com/document/d/1fNZvS9mqQCP059cfbL9CzQ_FT_lQQy2m/copy)
Popis krok za krokom	**09.30h | Paper loop challenge energizer** Prije sesije zamolite sve da ponesu stari A4 papir i škare. Keď príde čas na energizer, dajte účastníkom pokyn, aby našli spôsob, ako vystrihnúť dieru do jedného listu papiera A4 bez prerušenia a spojov (t. j. bez pásky, sponiek, uzlov) tak, aby bola diera dostatočne veľká na to, aby sa cez ňu zmestil celý človek. Stanovte časový limit alebo oznámte účastníkom, že tím, ktorý ako prvý rozlúšti úlohu, vyhráva.

Popis krok za krokom

Paper Loop Energizer - riešenie (prezentujeme po skončení cvičenia, pričom diskutujeme)

- Preložte kus papiera formátu A4 na polovicu. Položte papier na stôl zloženou stranou najbližšie k sebe.
- Nastrihnite do preloženej strany asi 1 cm od ľavého okraja a začnite strihať rovno smerom k vzdialenejšej strane papiera. Prestaň asi 1 cm pte strihať pred protiľahlým okrajom, aby ste neorezali celý papier.
- Papier otočte tak, aby bol záhyb na opačnej strane ako vy. Strihajte približne 1 cm od posledného rezu a prestaňte asi 1 cm pred tým, ako sa dostanete na preloženú stranu.
- Striedavo strihajte z preloženej strany a z opačnej strany. Strihajte s odstupom 1 cm a vždy prestaňte strihať 1 cm pred tým, ako sa dostanete na druhú stranu papiera.
- Strihajte pozdĺž záhybu každej slučky okrem prvej a poslednej. Tie nechajte nedotknuté. Neodstrihávajte prvú ani poslednú slučku!
- Opatrne papier roztiahnite a dávajte pozor, aby ste ho neroztrhli. Otvorte ho a uvidíte veľkú slučku, ktorá je dostatočne veľká na to, aby cez ňu prešla celá osoba.

https://www.youtube.com/watch?v=aaFJ1HtBCTU - riešenie

09:50h | Projektový menežment - introduction

10.00h | Riadenie vlastného projektu (ľudia, aktivity, financie)
Pred začatím projektu je vhodné odpovedať na niekoľko otázok, aby ste získali podrobný obraz o situácii. Účastníci dostanú odkazy na Jamboard/Padlet a zapíšu si odpovede na nasledujúce otázky:

- Čo sa snažíme robiť? Aké sú naše ciele? Čo chceme dosiahnuť?
- Napíšte, čo je hlavnou myšlienkou tohto projektu. Na tento účel je potrebné vytvoriť reťaz. (Pripravené pozadie čarodejníckej reťaze) Prvé očko je hlavným cieľom projektu. Ďalšie od neho odbočuje, kde by ste mali uviesť, čo vďaka nemu dosiahnete, ďalšie sa týka toho, čo dosiahnete prostredníctvom predchádzajúcich atď. Mali by ste pokračovať, kým vám nedôjdu nápady.
- Čo chceme urobiť? Aké sú plánované kroky nášho plánu? Aké sú etapy, ktorými treba prejsť? Sú potrebné nejaké formálne kroky? Vytvorte rebrík (nechajte si miesto na tabuli - viac vpravo) (pozadie s pripraveným rebríkom). Záverečné aktivity by mali byť na najvyššej úrovni, napr. týkajúce sa pokračovania daného projektu, návrhu riešenia umožňujúceho rozvoj už ukončeného projektu alebo spôsobu zabezpečenia a údržby produktov vytvorených v rámci projektu. Prvá činnosť, ktorú účastníci vykonajú, aby mohli realizovať projekt, by mala byť na najnižšej úrovni. Pokračujte v napĺňaní jednotlivých priečok, kým vám nedôjdu nápady. Najlepšie je, keď je etáp čo najviac a sú čo najpodrobnejšie.

Popis krok za krokom

- Po ich zapísaní na tabuľu bude mať celá skupina jasnú predstavu o tom, čo musí urobiť, čo uľahčí orientáciu napríklad pri rozdeľovaní jednotlivých úloh.
- Kedy začneme? Kedy skončíme? Kedy plánujeme jednotlivé fázy? Od čoho môžu závisieť naše termíny? Čo ich môže zmeniť? Na každej priečke rebríka by mal byť umiestnený údaj o dátume/čase, kedy je daný krok plánovaný (na ľavej strane rebríka). Mali by ste tiež zvážiť, čo môže ovplyvniť zmenu tohto dátumu a či môžeme vopred urobiť niečo, aby sme toto riziko minimalizovali.
- Čo na to potrebujeme? Aké nástroje, výrobky, ľudské zdroje alebo peniaze sú potrebné? Na pravej strane každej úrovne by ste mali uviesť, aké nástroje, zdroje, prostriedky a personál potrebujete.
- Dokážeme to urobiť sami alebo potrebujeme pomoc? Zvážte, ktoré z prvkov môžeme zorganizovať sami a ktoré si vyžadujú špeciálne postupy, špecializovaný personál, či sú zdroje, ktoré máme, dostatočné, či musíme požiadať o externé finančné prostriedky atď. Závery by mali byť zaznamenané s konkrétnymi zdrojmi.
- Ako dlho nám to bude trvať? Každá z etáp musí byť časovo naplánovaná. Zvážte postupnosť vašich činností. Ak sú vašimi krokmi napríklad rekonštrukcia miestnosti, objednávka nového nábytku, je potrebné vziať do úvahy aj to, že čas čakania na objednávku nezávisí od vás. Za zmienku stoja aj takéto závery na jednotlivých priečkach rebríka.
- Koľko to stojí? Pri každom z potrebných zdrojov je potrebné doplniť informáciu, či budú potrebné ďalšie finančné zdroje, v akej výške a či pôjde o vlastné alebo externé zdroje.

11.20h | Prestávka

11.35h | Riadenie vlastného projektu - pokračovanie + prezentácia pripraveného plánu riadenia.
Účastníci si môžu navzájom vypočuť a doplniť svoje postrehy.

13.00h | Obed

14.30h | Úlohy ľudí v skupine
Účastníci musia zvážiť, aké pozície by mali byť vytvorené počas realizácie ich projektov a aký je rozsah zodpovednosti za danú rolu. Cieľom cvičenia je poukázať na to, aké zručnosti a kompetencie sú potrebné na vykonávanie úloh na danej pozícii. Ďalšou časťou cvičenia je analyzovať, aké zručnosti a kompetencie možno rozvíjať/získavať realizáciou konkrétnych činností. Príklady rolí: koordinátor, grafik, tréner, manažér.
S využitím Jamboardu alebo https://drive.explaineverything.com/ alebo https://conceptboard.com/

Popis krok za krokom

15:30h | Prestávka

15.45h | Ganttov diagram
Každá skupina dostane svoj vlastný diagram, ktorý sa má vyplniť. Všetky naplánované činnosti sa majú zapísať na príslušné miesta na základe 7 procesov Princa2:
1. Príprava projektu
2. Začatie projektu
3. Strategické riadenie projektu
4. Riadenie na konci etapy
5. Riadenie etapy
6. Riadenie dodávok produktov
7. Uzavretie projektu
Účastníci sa musia rozhodnúť, ktorá časová jednotka bude pre nich najvhodnejšia, a zaznamenať ju do tabuľky. Potom musia určiť, kedy sa každá z týchto činností začne, ako dlho bude trvať a kedy sa skončí. Musia tiež rozhodnúť o nákladoch a ľuďoch, ktorí budú na jednotlivých pozíciách po celý čas projektu. Graf by mal byť čo najčitateľnejší, aby osoba, ktorá sa pripojí k projektu, vedela, v akom štádiu sa práve nachádza, čo bolo vykonané a aké činnosti sa majú v danom momente uskutočniť. Preto je vhodné takýto graf v priebehu projektu aktualizovať pridávaním údajov o skutočnom trvaní k plánovanému času.

Nástroj (treba duplikovať pre každú skupinu):
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1y4JwWiRe_dPXZQS7V2NSVl4owOfQyqwm/copy#gid=1745032586

16.45h | Kontrola na základe metódy Prince2 a určenie ukazovateľov pomocou metódy SMART
Účastníci sa opäť spoja do skupín a pracujú na svojich projektoch.
Pred realizáciou projektu by sa malo zvaážiť veľa potrebných predpokladov, aby sme dosiahli to, čo chceme, čo najlepším spôsobom. Na začiatku, v priebehu a na konci je potrebné monitorovať všetky činnosti, aby bolo možné rýchlo reagovať na to, čo sa deje, a byť čo najflexibilnejší. Kontrolu môžete vykonávať rôznymi spôsobmi a každý tím by si mal vybrať ten, ktorý je pre neho ideálny. V tejto fáze by sa mali stanoviť ukazovatele, ktoré by sa mali dosiahnuť počas realizácie činností. Aby ste ich čo najlepšie definovali, oplatí sa použiť metódu SMART, ktorá predstavuje jednoduchý spôsob, ako podrobne definovať ciele.

Popis krok za krokom

Facilitátor oboznámi účastníkov so zásadami metódy SMART (https://docs.google.com/document/d/1fNZvS9mqQCP059cfbL9CzQ_FT_lQQy2m/copy). Účastníkov vyzve, aby sa zamysleli nad cieľom svojho nápadu a stanovili si určité predpoklady, ukazovatele, ktoré sa dajú kontrolovať, aby zistili, do akej miery boli dosiahnuté v rôznych fázach činností. Tieto ukazovatele musia byť v súlade so zásadou SMART, t. j:
- Konkrétne (Specific)
- Merateľné (Measurable)
- Dosiahnuteľné (Achievable)
- Relevantné (Relevant)
- Časovo ohraničené (Time-bound)

Účastníci si zapíšu svoju stratégiu pomocou Jamboardu alebo https://conceptboard.com/ alebo https://drive.explaineverything.com/
Všetky podmienky sú zapísané podľa pravidiel SMART.
Ich ďalšou úlohou je zvoliť si spôsob, akým budú kontrolovať, či boli ciele dosiahnuté. Treba mať na pamäti, že ukazovatele by sa mali monitorovať nielen na konci projektu, ale aj v rôznych fázach jeho realizácie. Príkladom takýchto metód overovania pokroku môže byť napr. kontrolný zoznam alebo protokol s vypracovanými pokynmi a vývojový diagram činností.

17.50h | Hodnotenie dňa
Nájdite a predstavte GIF / GIFy, ktoré vám po dnešnom dni navodia náladu. Vysvetlite, prečo ste si vybrali práve jeden z nich.

Nástroj: napr. https://giphy.com/

Agenda DEŇ 3

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], tvorba projektov
Plán stretnutia

Čas

9:30 - 18:00 s prestávkami a obedom

Výbava /potrebný

- Úvod do marketingu

Postup krok za krokom

- Fixky
- Post-its
- Perá
- Flipcharty
- počítač
- projektor
- karty s dvojicami predmetov
- lano

Postup krok za krokom

09.30h | Kto ťa má rád?
Zábavná aktivita, ktorá vám umožní spoznať sa, získať viac informácií, prelomiť ľady a vybudovať pozitívnu atmosféru.
Priebeh cvičenia: Vytvoríme kruh zo stoličiek. Jedna osoba nemá stoličku a stojí uprostred. Vysloví vetu, ktorá sa začína slovami "Kto ako ja..." a končí sa nejakou "vlastnosťou", napríklad "je rád pizzu". Všetci ľudia, ktorí majú tiež túto "vlastnosť", si musia vymeniť svoje miesto. Malo by sa to urobiť pomerne rýchlo, pretože stoličiek je o 1 menej ako účastníkov hry. Je vhodné dohodnúť si so žiakmi stretnutie, aby uvedené vlastnosti neboli na prvý pohľad viditeľné a netýkali sa ich vzhľadu. Pri tomto cvičení by ste mali dbať najmä na bezpečnosť žiakov a vykonávať ich v primeranej vzdialenosti od ostrých hrán alebo iných ohrozujúcich prvkov.

09.45h | Úvod do témy - marketing

Postup krok za krokom

10.00h | Klasický marketing 4P (rozšírené na 7P)
Účastníci sú rozdelení do projektových skupín. Každá skupina má za úlohu vybrať a čo najpresnejšie definovať všetkých 7 prvkov marketingovej koncepcie 7P, ktoré pozostávajú z:

- produkt
- umiestnenie
- propagácia
- cena
- proces
- ľudia
- fyzické dôkazy

Všetky predpoklady vychádzajú z pôvodného projektu skupiny, ktorý bol vytvorený počas predchádzajúceho školenia.
Nakoniec každá skupina prezentuje svoje závery na fóre.

10.30h | Prestávka

10.45h | Marketing 4C
Účastníci pokračujú v práci v rovnakých skupinách na základe svojich projektov.
Marketing 4C je viac orientovaný na zákazníka. Zahŕňa také prvky ako napr:

- komunikácia - obojsmerná komunikácia medzi zákazníkom a spoločnosťou; výrobca berie do úvahy návrhy zákazníka a nielen ho informuje
- pohodlie - pohodlie nákupu sú všetky vymoženosti, ktoré ovplyvňujú príjemcu pri kúpe tovaru
- hodnota pre zákazníka - tento faktor sa týka výhod, ktoré výrobok poskytuje zákazníkovi
- náklady - výdavky, ktoré musí zákazník vynaložiť.

Skupiny majú za úlohu vypracovať každú z týchto otázok pre svoj vlastný projekt.

11.10h | Tradičný a internetový marketing
Každá skupina dostane 2 flipcharty. Účastníci majú na jednom z nich uviesť výhody a nevýhody tradičného marketingu a na druhom výhody a nevýhody internetového marketingu. Potom prezentujú svoje pozorovania ostatným a vymenia si závery, pričom nakoniec vyberú 3 najdôležitejšie atribúty z každého zo 4 zoznamov.

Postup krok za krokom

11.40h Reklamné plagáty - inšpirácia zo života
Súčasťou je prezentácia vzorových reklamných plagátov. Každý má možnosť povedať, ktoré prvky sa mu páčia alebo nepáčia, či plagát nabáda k využitiu ponuky, alebo či reklama upúta pozornosť a dokáže zostať v mysli. Všetky prvky sa analyzujú s cieľom získať náznaky - ktoré prvky sú dôležité a potrebné a ktoré zbytočné a nečitateľné. V tejto fáze majú účastníci možnosť zistiť, čo by mala reklama obsahovať, aby dosiahla čo najlepšie výsledky.

Vybrané reklamné plagáty:
https://docs.google.com/presentation/d/1nIQqsIpHGKIpuFZivp7u2XTfAElr5wif/copy?usp=sharing&ouid=116142003143926193147&rtpof=true&sd=true

12.10h "Supermarket"
Účastníci sa rozdelia do malých skupín. Skupiny sa stanú reklamnými špecialistami v supermarketoch.

Úvod:
Blíži sa veľká reklamná akcia, ktorú už dlho ohlasujete v novinách a v televízii. Viete, že do vášho supermarketu prídu tisíce ľudí, ktorí si budú chcieť kúpiť to, čo ste im sľúbili. Bohužiaľ to nemáte. Váš dodávateľ poplietol zásielky a vy ste dostali niečo úplne iné, ako ste mali dostať. Ľudia čakajú a na výmenu tovaru nie je čas. Musíte predať to, čo ste dostali namiesto toho, čo ste sľúbili.

Priebeh hry:

Prvá časť:
Každá skupina si vylosuje názvy dvoch nesúvisiacich predmetov. Prvým je tovar, ktorý bol inzerovaný. Druhým je tovar, ktorý je v súčasnosti v predaji. Úlohou skupín je vymenovať čo najviac spoločných vecí a ignorovať všetky rozdiely. Vlastnosťami môžu byť vzhľad, použitie, chuť, vôňa, hmotnosť atď.
Po 15 - 20 minútach skupiny prezentujú svoje nápady.

Druhá časť:
Na základe vymenovaných vlastností skupiny vypracujú spôsob, ako túto zmenu komunikovať klientom.
Ak sa to nepodarí, skupina by mala mať aspoň plagát propagujúci kúpu jedného výrobku namiesto iného a reklamný slogan, ktorý bude umiestnený na plagáte.

Postup krok za krokom

Dvojice položiek:

- Zubná pasta
- Omaľovánka

- Prací prášok
- Prášok do pečiva

- Ananásový džús
- Vianočné gule

- Sliepacie vajcia typu M
- Snehule (topánky)

- Lopata na sneh
- 7Days

- Gumené topánky
- Vanilkový cukor

- Osviežovač vzduchu
- Lístkové cesto

13.00h | Obed

14.30h | Vývoj marketingovej stratégie
Účastníci pracujú v skupinách, ich úlohou je vypracovať predpoklady marketingovej stratégie svojho projektu. V tomto cvičení zvážte:
aké konkrétne opatrenia by sa mali prijať
- akými kanálmi by ste mali osloviť publikum
- aké nástroje a aké prvky reklamy možno na tento účel použiť

V ďalšej fáze cvičenia dostanú skupiny potrebné materiály - farebné fixky, flipcharty. Úlohou účastníkov je vytvoriť návrh plagátu propagujúceho ich projekty.
Skupiny potom prezentujú svoje práce ostatným a hlasuje sa o tom, ktorý z projektov je najzaujímavejší, najpresvedčivejší a najvhodnejší pre danú iniciatívu.

16.15h | Prestávka

Postup krok za krokom

16.30h | Školenie o komunikácii
Účastníci pracujú vo dvojiciach. Každá dvojica má za úlohu nakresliť dom na kus papiera. Majú úplnú voľnosť, pokiaľ ide o počet a typ prvkov domu a jeho okolia. Potom sa kartičky zozbierajú, premiešajú a rozdelia tak, aby sa kartička nevrátila do danej skupiny. Kresbu môže vidieť len jedna osoba! Na druhej strane, druhá skupina má túto kresbu stvárniť len tak, že počúva pokyny kamaráta. Dôležité je, že kresliaca osoba nemôže klásť otázky.
V druhej fáze cvičenia kresby opäť premiešame a rozdáme účastníkom. Tentoraz môže druhá osoba klásť otázky, aby sa dozvedela viac podrobností a rozptýlila pochybnosti.
Na konci prvej a druhej fázy sa kresby porovnajú, aby sa zhodnotili rozdiely vo vzhľade. Toto cvičenie vám pomôže uvedomiť si dôležitosť obojstrannej komunikácie.

17.10h | Uzol
Pomôcky: lano (jedno cca 8-10 metrov)
Priebeh: V priebehu hodiny sa vyskúšajú rôzne druhy lana, napr: Účastníci držia lano v rukách a nemôžu ho pustiť. V závislosti od dĺžky lana a počtu účastníkov - 10 až 15 ľudí stojí pri jednom lane. Moderátor zaviaže uzol na inom lane a ukáže ho skupine, ktorá drží lano. Účastníci sú požiadaní, aby uviazali rovnaký uzol na lane, ktoré držia v rukách. Počas viazania uzla nesmie nikto povraz pustiť. Na začiatok ukážeme jednoduchý uzol. Ak ho skupina zvládne, môžeme predstaviť čoraz zložitejšie uzly. Ak máme k dispozícii dve laná, je možné zaviesť prvok súťaže a vytvoriť dve skupiny, ktoré budú viazať uzly na čas.

Tip: Po skončení hry nezabudnite túto hru zhrnúť. Spýtajte sa účastníkov, či sa v skupine objavil nejaký vedúci/vedúca. Ako boli rozdelené úlohy? Ako boli rozdelené zodpovednosti. Čo bolo pre skupinu najťažšie?

17.50h | Vyhodnotenie dňa

18.00h | Večera

Agenda DEŇ 3 online

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], tvorba projektov
Plán stretnutia

Čas	9:30 - 18:00 s prestávkami a obedom
Hlavné ciele	• Úvod do marketingu
Výbava /potrebný materiál	• https://answergarden.ch/ • Miro (scheme below): • https://miro.com/welcomeonboard/SWhOdWJ2TUlmb0xWZzQyeXFGN05TMFJiN3k2dHd4OUxCWmxEeEVVWFBHVWhseVoxN1VkZ0dMOWNONzZERFRveHwzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=11319631809 • Miro (scheme below) • https://miro.com/welcomeonboard/YkJ3R29lZFFZMXo3MHV0bExsS3NpUnZOOVBkVmVqVGdYQkIDTTF5eVZsdm9GckZUN1VKdTILSnk0OUtGTDZaM3wzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=740049621393 • vytvorte si svoje pomocou Jamboard/Padlet or Answergarden or using scheme: https://miro.com/welcomeonboard/VkxVWG5KdUNEWTNkYUVBeEtsV0VBZUo2MnBOd213N1c4V0tWQ2xVaGNnZ2FZM3ViWDRkdDJ4Q2dOUjhHSlZHU3wzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=12599795175 • https://www.canva.com/ • https://giphy.com/
Postup krok za krokom	**09:30h | Tvorivé dielne** Vytvorte skupiny po 4 osobách. Úlohou je vymyslieť, ako použiť veci iným spôsobom napr. Papierová spona/párátko na zuby. Odpovede zapíšte pomocou https://answergarden.ch/ **09.45h | Úvod do témy - marketing**

Postup krok za krokom

10.00h | Klasický marketing 4P (rozšírené na 7P)
Účastníci sú rozdelení do projektových skupín. Každá skupina má za úlohu vybrať a čo najpresnejšie definovať všetkých 7 prvkov marketingovej koncepcie 7P, ktoré pozostávajú z:

- produkt
- umiestnenie
- propagácia
- cena
- proces
- ľudia
- fyzické dôkazy

Všetky predpoklady vychádzajú z pôvodného projektu skupiny, ktorý bol vytvorený počas predchádzajúceho školenia.
Nakoniec každá skupina prezentuje svoje závery na fóre. - 30 min.

Používanie programu Miro (schéma nižšie)
https://miro.com/welcomeonboard/SWh0dWJ2TUlmb0xWZzQyeXFGN05TMFJiN3k2dHd4OUxCWmxEeEVVWFBHVWhseVoxN1VkZ0dM0WN0NzZERFRveHwzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=11319631809

10.30h | Prestávka

10.45h | Marketing 4C
Účastníci pokračujú v práci v rovnakých skupinách na základe svojich projektov.
Marketing 4C je viac orientovaný na zákazníka. Zahŕňa také prvky, ako napr:

- komunikácia - obojsmerná komunikácia medzi zákazníkom a spoločnosťou; výrobca berie do úvahy návrhy zákazníka a nielen ho informuje
- pohodlie - pohodlie nákupu sú všetky vymoženosti, ktoré ovplyvňujú príjemcu pri kúpe tovaru
- hodnota pre zákazníka - tento faktor sa týka výhod, ktoré výrobok poskytuje zákazníkovi
- náklady - výdavky, ktoré musí zákazník vynaložiť.

Skupiny majú za úlohu vypracovať každú z týchto otázok pre svoj vlastný projekt.

Použitie programu Miro (schéma nižšie)
https://miro.com/welcomeonboard/YkJ3R29lZFFZMXo3MHV0bExsS3NpUnZOOVBkVmVqVGdYQklDTTF5eVZsdm9GckZUN1VKdTlLSnk0OUtGTDZaM3wzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=740049621393

Postup krok za krokom

11.10h | Tradičný a internetový marketing
Každá skupina dostane odkazy na Jamboard s dvoma stránkami. Účastníci majú na jednej z nich uviesť výhody a nevýhody tradičného marketingu a na druhej výhody a nevýhody internetového marketingu. Potom prezentujú svoje pozorovania ostatným a vymenia si závery, pričom nakoniec vyberú 3 najdôležitejšie vlastnosti z každého zo 4 zoznamov.
S použitím Jamboardu/Answergardenu alebo nástroja nižšie:
https://miro.com/welcomeonboard/VkxVWG5KdUNEWTNkYUVBeEtsV0VBZUo2MnB0d213N1c4V0tWQ2xVaGNnZ2FZM3ViWDRkdDJ4Q2dOUjhHSlZHU3wzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=12599795175

11.40h Reklamné plagáty - inšpirácia zo života
Súčasťou je prezentácia vzorových reklamných plagátov. Každý má možnosť povedať, ktoré prvky sa mu páčia alebo nie, či plagát nabáda k využitiu ponuky, alebo či reklama upúta pozornosť a dokáže zostať v pamäti. Všetky prvky sa analyzujú s cieľom získať náznaky - ktoré prvky sú dôležité a potrebné a ktoré zbytočné a nečitateľné. V tejto fáze majú účastníci možnosť zistiť, čo by mala reklama obsahovať, aby dosiahla čo najlepšie výsledky.
vybrané reklamné plagáty:
https://docs.google.com/presentation/d/1nlQqslpHGKIpuFZivp7u2XTfAElr5wif/copy?usp=sharing&ouid=116142003143926193147&rtpof=true&sd=true

12.10h "Supermarket"
Účastníci sú rozdelení do malých skupín. Skupiny sa stanú reklamnými špecialistami v supermarketoch.

Úvod:
Blíži sa veľká reklamná akcia, ktorú už dlho ohlasujete v novinách a v televízii. Viete, že do vášho supermarketu prídu tisíce ľudí, ktorí si budú chcieť nevyhnutne kúpiť to, čo ste im sľúbili. Bohužiaľ to nemáte. Váš dodávateľ poplietol zásielky a vy ste dostali niečo úplne iné, ako ste mali dostať. Ľudia čakajú a na výmenu tovaru nie je čas. Musíte predávať to, čo ste dostali namiesto toho, čo ste sľúbili.

Priebeh hry:
Každá skupina si vylosuje názvy dvoch nesúvisiacich predmetov. Prvým je tovar, ktorý bol reklamovaný. Druhým je tovar, ktorý je v súčasnosti v predaji. Úlohou skupín je vymenovať čo najviac spoločných vecí a ignorovať všetky rozdiely. Vlastnosťami môžu byť vzhľad, použitie, chuť, vôňa, hmotnosť atď.

Postup krok za krokom

Po 15 - 20 minútach skupiny prezentujú svoje úspechy.

Dvojice predmetov:

- Zubná pasta
- Omaľovánka

- Prací prášok
- Prášok na pečenie

- Ananásový džús
- Vianočné gule

- Sliepacie vajcia typu M
- Snehule (topánky)

- Snehová lopata
- 7Days

- Gumené topánky
- Vanilkový cukor

- Osviezovač vzduchu do wc
- Lístkové cesto

13.00h | Obed

14.30h | Vývoj marketingovej stratégie
Účastníci pracujú v skupinách, ich úlohou je vypracovať predpoklady marketingovej stratégie svojho projektu. V tomto cvičení zvážte:
- aké konkrétne opatrenia by sa mali prijať
- akými kanálmi by ste mali osloviť publikum
- aké nástroje a aké prvky reklamy možno na tento účel použiť

V ďalšej fáze cvičenia je úlohou účastníkov vytvoriť návrh plagátu propagujúceho ich projekty. (s použitím aplikácie Canva).

Skupiny potom predstavia svoje práce ostatným a hlasuje sa o tom, ktorý z projektov je najzaujímavejší, najpresvedčivejší a najvhodnejší pre danú iniciatívu.

Postup krok za krokom

16.15h | Prestávka

16.30h | Školenie o komunikácii
Každý účastník ako si pripraviť svoj vlastný papier. Vedúci má dva plagáty s domčekmi (jednoduché obrázky) a porozpráva účastníkom, čo je na prvom plagáte. Počas tohto času každý kreslí a snaží sa túto kresbu obnoviť len počúvaním pokynov. Dôležité je, že kresliaci nemôže klásť otázky.

V druhej fáze cvičenia vedúci vymení plagát a cvičenie zopakuje. Tentoraz môže každý klásť otázky, aby sa dozvedel viac podrobností a rozptýlil pochybnosti.
Na konci prvej a druhej fázy sa kresby porovnajú, aby sa zhodnotili rozdiely vo vzhľade. Toto cvičenie pomáha uvedomiť si dôležitosť obojstrannej komunikácie.

17.20h | Shake it out energizer

Požiadajte účastníkov, aby sa postavili a nasadili si mikrofóny.

Cieľom je, aby sa všetci hýbali a počítali v rovnakom čase ako ostatní:
- 8 potrasení pravou rukou
- 8 potrasení ľavou rukou
- K počítaniu do 8 pridajte pokrčenie
- Potom zopakujte trikrát
- Na konci posledného kola každý skončí skokom

Môžete to robiť pri hudbe. Dobrými návrhmi sú Shake it off od Taylor Swift, Shake it od Metro Station alebo Shake your Groove Thing od Peaches and Cream.

17.40h | Vyhodnotenie dňa
Nájdite a predstavte GIF / GIFy, ktoré vám po dnešku navodia náladu. Vysvetlite, prečo ste si vybrali práve jeden z nich.

Nástroj: napr. https://giphy.com/

Agenda DEŇ 4

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], tvorba projektov
Plán stretnutia

Čas

9:30 - 18:00 s prestávkami a obedom

Hlavné ciele

- Definovať inováciu a udržateľnosť
- Exkurzia

Vybavenie /potrebný materiál

- Tlačené plagáty ku inovácii a udržateľnosti
- Post-its
- Flipchart s 3 prázdnymi kruhmi
- Papier
- Popisovače
- Pera
- Počítač
- Projektor
- Reproduktory
- Flipchart a fixky na flipchart

Popis krok za krokom

09.30h | Úvod do témy Inovácie a udržateľnosť

09.40h | Udržateľnosť - prezentácia, učebnicová definícia, diskusia
Účastníci sú rozdelení do skupín, na základe obrázka, ktorý dostanú (v prílohe). Ich úlohou je uhádnuť, aké 3 oblasti treba brať do úvahy, keď sa hovorí o udržateľnom rozvoji. Na tento účel napíšu na post-ity rôzne prvky týkajúce sa udržateľného rozvoja, ktoré sú viditeľné na fotografii, v súlade s princípom brainstormingu. Inštruktor ich umiestni do príslušných prekrývajúcich sa okruhov: ekonomický rozvoj, sociálny rozvoj, životné prostredie. Po skončení diskusie (pri pohľade na kartičky v kruhoch) vysvetlí, že trvalo udržateľný rozvoj znamená, že hospodársky a sociálny rozvoj sa neuskutočňuje na úkor prírody a že hospodársky rozvoj sa neuskutočňuje na úkor ľudí (napr. s rešpektovaním práv zamestnancov, s tým, že z rozvoja majú prospech všetci členovia spoločnosti, nielen tí najbohatší). Upozornite účastníkov na skutočnosť, že trvalo udržateľný rozvoj neznamená vzdanie sa ekonomického zlepšenia v záujme úplnej ochrany životného prostredia, ale znamená vyváženie potrieb človeka, prírody a hospodárstva a snahu nájsť kompromis medzi týmito tromi faktormi.

Popis krok za krokom

10.10h | Ako zvýšiť predaj zubnej pasty?
Úlohou účastníkov je vymyslieť čo najviac riešení na zvýšenie predaja zubnej pasty.

10.40h | Inovácie - ako zlepšiť projekt
Úlohou účastníkov je určiť, čo sa môže pokaziť, aké problémy môžu vzniknúť počas riadenia projektu. Každý problém by sa mal analyzovať pomocou nástroja 5xWHY. Na tento účel si napíšte hlavný problém a položte si otázku - prečo sa to môže stať? Na odpoveď si opäť položíme otázku - prečo? Pokračujeme až do vyčerpania otázok. Takéto cvičenie vám umožní pochopiť zložitosť problémov a umožní vám skôr reagovať na vzniknuté situácie s cieľom lepšie sa vysporidať s rizikom.

Príklad: Počas realizácie projektu sa vyskytnú problémy, o projekt nie je záujem, prečo? Keďže nemajú záujem o účasť, nechce sa im, prečo? Keďže neboli dostatočne povzbudení, nedostali potrebné informácie, prečo? Pretože takéto materiály neboli pripravené.

Cieľom tohto cvičenia je identifikovať chyby a analyzovať ich. Mali by ste vziať do úvahy všetky svoje kroky a zvážiť, či by ste konali inak, použili iné nástroje a aké by boli výsledky. V tejto fáze by sa mali vykonať korekcie plánovaných činností. Táto metóda učí, ako čeliť negatívnym dôsledkom a znížiť ich počet v budúcnosti tým, že reagujete na potenciálne zlyhania skôr, ako sa stanú.

13.00h | Obed

14.30h | Exkurzia (podľa prihlášky)

17.50h | Vyhodnotenie dňa

18:00h | Večera

Agenda of DEŇ 4 online

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], tvorba projektov
Plán stretnutia

Čas	9:30 - 18:00 s prestávkami a obedom
Main objectives	• Definíci inovácie a udržateľnosti • Exkurzia
Vybavenie /potrebný materiál	• Biela tabuľa ako Jamboard/Padlet/ Whiteboard Fox or scheme below: https://miro.com/welcomeonboard/ZEY4RlVycDU5V3dwS01wT0xoWGtyZUpaZTBZcEpKRThMNFUyeGRnZURERmpkbHZvVkJBWVJ0V3QzTXJEbFMxZnwzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=219080735750 • Jamboard/Padlet/Answergarden/ Conceptboard/ Explaineverything • https://miro.com/welcomeonboard/SzNZYmtnZWwxQmU3a2dCNDc1UzExWVlvWU84bWplWTB2dzhtZ0pZY1dtdE13VHRWZXg5eGFLbXFPVWJSeEJCMnwzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=994915181976 • https://giphy.com/
Postup krok za krokom	**09.30h | Úvod do témy Inovácie a udržateľnosti** **09.40h | Udržateľnosť - prezentácia, učebnicová definícia, diskusia** Účastníci sú rozdelení do skupín, na základe obrázka, ktorý dostanú (v prílohe). Ich úlohou je uhádnuť, aké 3 oblasti treba brať do úvahy, keď sa hovorí o udržateľnom rozvoji. Na tento účel napíšu na post-ity na Jamboard/Padlet/ Whiteboard Fox rôzne prvky týkajúce sa udržateľného rozvoja, ktoré sú viditeľné na fotografii, v súlade s princípom brainstormingu. Inštruktor ich zaradí do príslušných prekrývajúcich sa okruhov: hospodársky rozvoj, sociálny rozvoj, životné prostredie. Po skončení diskusie (pri pohľade na kartičky v kruhoch) vysvetlí, že trvalo udržateľný rozvoj znamená, že ekonomický a sociálny rozvoj sa neuskutočňuje na úkor prírody a že ekonomický rozvoj sa neuskutočňuje na úkor ľudí (napr. s rešpektovaním práv zamestnancov, s tým, že z rozvoja majú prospech všetci členovia spoločnosti, nielen tí najbohatší).

Postup krok za krokom	Upozornite účastníkov na skutočnosť, že trvalo udržateľný rozvoj neznamená vzdanie sa ekonomického zlepšenia v záujme úplnej ochrany životného prostredia, ale znamená vyváženie potrieb človeka, prírody a hospodárstva a snahu nájsť kompromis medzi týmito tromi faktormi. Pomôcka: napr. jamboard/Padlet/biela tabuľa Lišta alebo schéma nižšie: https://miro.com/welcomeonboard/ZEY4RlVycDU5V3dwS01wT0xoWGtyZUpaZTBZcEpKRThMNFUyeGRnZURERmpkbHZvVkJBWVJ0V3QzTXJEbFMxZnwzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=219080735750 **10.10h | Ako zvýšiť predaj zubnej pasty?** Úlohou účastníkov je vymyslieť čo najviac riešení na zvýšenie predaja zubnej pasty. - 30min Použitie Jamboardu/Padletu/Answergardenu/ Conceptboardu/ Explaineverything **10.40h | Inovácie - ako zlepšiť projekt** Úlohou účastníkov je určiť, čo sa môže pokaziť, aké problémy môžu vzniknúť počas riadenia projektu. Každý problém by sa mal analyzovať pomocou nástroja 5xWHY. Na tento účel si zapíšte (pomocou nástroja nižšie) hlavný problém a položte si otázku - prečo sa to môže stať? Na odpoveď si opäť položíme otázku - prečo? Pokračujeme až do vyčerpania otázok. Takéto cvičenie vám umožní pochopiť zložitosť problémov a umožní vám skôr reagovať na vzniknuté situácie s cieľom lepšie riadiťsa vysporidať s rizikom. Príklad: Počas realizácie projektu sa vyskytnú problémy, o projekt nie je záujem, prečo? Keďže nemajú záujem o účasť, nechce sa im, prečo? Keďže neboli dostatočne povzbudení, nedostali potrebné informácie, prečo? Pretože takéto materiály neboli pripravené. Cieľom tohto cvičenia je identifikovať chyby a analyzovať ich. Mali by ste vziať do úvahy všetky svoje kroky a zvážiť, či by ste konali inak, použili iné nástroje a aké by boli výsledky. V tejto fáze by sa mali vykonať korekcie plánovaných činností. Táto metóda učí, ako čeliť negatívnym dôsledkom a znížiť ich počet v budúcnosti tým, že reagujete na potenciálne zlyhania skôr, ako sa stanú.

Postup krok za krokom	Nástroj: https://miro.com/welcomeonboard/SzNZYmtnZWwxQmU3a2dCNDc1UzExWVIvWU84bWpIWTB2dzhtZ0pZY1dtdE13VHRWZXg5eGFLbXFPVWJSeEJCMnwzMDc0NDU3MzYzNjMxMzYwOTQ1?invite_link_id=994915181976 **13.00h | Obed** **14.30h | Exkurzia (podľa prihlášky)** **17.50h | Hodnotenie dňa** Nájdite a predstavte GIF / GIFy, ktoré vám po dnešku navodia náladu. Vysvetlite, prečo ste si vybrali práve jeden z nich. Nástroj: napr. https://giphy.com/

Agenda DEŇ 5

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], tvorba projektov
Plán stretnutia

Čas	9:30 - 13:30 s prestávkami a obedom
Hlavné ciele	• Definujte stratégiu na poskytovanie školského vzdelávania • Simulujte niektoré kroky školského vzdelávania • Vyhodnoťte vzdelávanie
Vybavenie /potrebný materiál	• Fixky • Papier / prázdne pohľadnice • Papierová páska • Hracie karty A6 • Dlhý povraz • Papier A4 biely a farebný • Post-its • Perá • Post-its • Plány na 5 stretnutí
Postup krok za krokom	**09.30h | Energizer - Kamen – papir - škare** Inštrukcie 1. Nájdite si partnera 2. Hrajte proti sebe hru "Kameň, papier, nožnice", kým nevyhrá prvý. 3. Víťaz si musí nájsť nového súpera. Hráč, ktorý prehral, sa stáva fanúšikom víťaza. 4. Víťaz hrá proti novému súperovi, zatiaľ čo jeho fanúšik mu fandí. 5. Víťaz druhého zápasu hľadá nového súpera, zatiaľ čo porazený tím sa pridáva k jeho fanúšikom. 6. Opakuje sa, kým nie sú len dvaja súperi, ktorým fandí obrovská fanúšikovská základňa. Poslední dvaja musia hrať dovtedy, kým jeden hráč nevyhrá 2-krát. Vysvetlivky 1) "Kameň" - päsť 2) "Papier" - rovná ruka 3) "Nožnice" - ukazovák a prostredník smerujúci von Každý symbol vyhráva a prehráva proti jednému inému symbolu: "Kameň" tupí "Nožnice". "Nožnice" strihajú "Papier". "Papier" zabalí "Kameň"

Postup krok za krokom

09.50h | Práca na školskom tréningu
ozdeľte skupinu do národných tímov. Požiadajte každý tím, aby analyzoval plán školenia a vyjadril svoj názor ku:

- Aktivitám
- Plánu
- Trvaniu aktivít
- Či je jasné, o čo ide
- Pochybnostiam
- Návrhom
- Ktoré časti sú pre nich dôležitejšie, aby boli simulované

10.40h | Spätná väzba k analýzam
Zdieľajte, diskutujte a definujte so všetkými skupinami, aké zmeny sa dajú urobiť.

11.00h | Prestávka na kávu

11.15h | Simulácie
Fáza 1. Čas pre skupiny, aby sa pripravili na vedenie časti scenára školenia vo svojej škole.
Fáza 2. Natočenie krátkych videí s účastníkmi, ktorí simulujú časti, ktoré považujú za dôležité, aby boli na videu.
Fáza 3. Úvahy o školení. Opýtajte sa na pochybnosti a postrehy.

13.00h | Obed

14.30h | Hodnotiaca časť - Čo sa stalo počas stretnutia?
Návrat k programu a míľnikom od prvého po posledný deň.

15.00h | Späť k očakávaniam a obavám
Očakávania a obavy, ktoré sú na častiach oblečenia, by mali zostať v miestnosti až doteraz. Všetko si prečítame a pokúsime sa zistiť, či to zvládneme. Vyzývame účastníkov, aby si vybrali jeden alebo dva a vyjadrili nám svoj názor. O niektorých témach môžeme hlasovať.

15.15h | Energizér Spoločné čmáranie
Spoločne vytvoríme šialené, čudné a často vtipné pohľadnice o školení.

Sedenie za stolom alebo v kruhu pomáha, ale nie je povinné.
Každému účastníkovi rozdajte list papiera alebo pohľadnicu a pero. Perá rovnakej farby a veľkosti - nie príliš hrubé & nie príliš tenké - sa postarajú o lepšie výsledky.

Postup krok za krokom

Pozvánka:
V nasledujúcich minútach spoločne niečo vytvoríme.
Prevediem vás postupnosťou jednoduchých úloh. Prosím, robte podľa pokynov a - najmä v posledných dvoch krokoch - nerobte viac, ako je uvedené v pokynoch.
Pokyny pre skupinu:

- Nakreslite úplne hocičo /vec, objekt, čiary,..) – papier podajte doľava (alebo doprava - držte sa jedného smeru)
- Vytvorte niečo z veci, ktorú ste dostali od suseda (predmet alebo osobu, zviera) - odovzdajte svoj papier ďalej
- Doplňte kontext k papieru, ktorý ste dostali od suseda - odovzdajte svoj papier ďalej
- Pridajte k papieru, ktorý ste dostali, akciu alebo drámu. Zdržte sa používania textu, bude to ďalší krok! - odovzdaj ďalej
- Pridajte text

15.30h | Ruky
Účastníci nakreslia svoju ruku. Začínajúc od palca účastníci píšu:

- najlepšia časť školenia
- o čom poviem svojim priateľom
- najhoršia časť školenia
- niečo, čo chcem zmeniť
- čo som sa naučil

16.00h | Prestávka

16.15h | Kufrík, košík a biela škvrna
Na 1. flipchart nakreslite kufor s nápisom "Čo si mám vziať so sebou po školení?".
Na 2. flipchart nakreslite košík s nápisom "To nepotrebujem".
Na 3. flipchart nakreslite bielu škvrnu s nápisom "Čo mi chýbalo počas školenia?".
Účastníci by mali napísať "do" kufra, košíka a bielej škvrny svoje odpovede.

16.45h | "SOEN EVE" Oficiálne ukončenie stretnutia
Diplomy a darčeky od a pre účastníkov.

18.00h | Večera a rozlúčkový večierok

Agenda of DEŇ 5 online

Školenie o školskom participatívnom rozpočte [SPB], sociálnych obchodných modeloch [SBM], tvorba projektov
Plán stretnutia

Čas

9:30 - 13:30 s prestávkami a obedom

Hlavné ciele

- Definujte stratégiu na poskytovanie školského vzdelávania
- Simulujte niektoré kroky školského vzdelávania
- Vyhodnoťte vzdelávanie

Výbava /potrebný material

- https://www.iloveimg.com/meme-generator
- Jamboard link z prvého dňa (očakávania a obavy)
- 3 biele tabule ako Padlet/ Whiteboardfox s pozadím, ktoré nájdete v prílohe

Postup krok za krokom

09.30h | Príbehy
Každá skupina dostane 3 rôzne obrázky (príloha). Ich úlohou je vytvoriť krátky príbeh na základe obrázkov.
A:

B:

C:

Postup krok za krokom

D:

E:

09.50h | Práca na školskom tréningu
Rozdeľte skupinu do národných tímov. Požiadajte každý tím, aby analyzoval plán školenia a vyjadril svoj názor ku:

- Aktivitám
- Plánu
- Trvaniu aktivít
- Či je jasné, o čo ide
- Pochybnostiam
- Návrhom
- Ktoré časti sú pre nich dôležitejšie, aby boli simulované

10.40h | Spätná väzba k analýzam
Zdieľajte, diskutujte a definujte so všetkými skupinami, aké zmeny sa dajú urobiť.

11.00h | Prestávka na kávu

11.15h | Simulácie
Fáza 1. Čas pre skupiny, aby sa pripravili na vedenie časti scenára školenia vo svojej škole.
Fáza 2. Natočenie krátkych videí s účastníkmi, ktorí simulujú časti, ktoré považujú za dôležité, aby boli na videu.
Fáza 3. Úvahy o školení. Opýtajte sa na pochybnosti a postrehy.

13.00 | Obed

Postup krok za krokom

14.30h | Hodnotiaca časť - Čo sa stalo počas stretnutia?
Návrat k programu a míľnikom od prvého po posledný deň.

14.40h | Hodnotenie cez meme
Účastníci v skupinách vytvoria meme, v ktorých zhrnú stretnutie, pričom témou má byť to, čo im zo školenia najviac utkvelo v pamäti. Použite generátor:
https://www.iloveimg.com/meme-generator

15.00h | Späť k očakávaniam a obavám
Očakávania a obavy, ktoré sú na častiach oblečenia, by mali zostať v miestnosti až doteraz. Všetko si prečítame a pokúsime sa zistiť, či to zvládneme. Vyzývame účastníkov, aby si vybrali jeden alebo dva a vyjadrili nám svoj názor. O niektorých témach môžeme hlasovať.

15.30h | Ruky
Účastníci nakreslia svoju ruku. Začínajúc od palca účastníci píšu:
- najlepšia časť školenia
- o čom poviem svojim priateľom
- najhoršia časť školenia
- niečo, čo chcem zmeniť
- čo som sa naučil

16.00h | Prestávka

16.15h | Kufrík, košík a biela škvrna
Na 1. Padlet/ Whiteboardfox je nakreslený kufor s nápisom "Čo si mám vziať so sebou po tréningu?".
Na 2. Padlet/ Whiteboardfox je nakreslený košík s nápisom "To nepotrebujem".
Na 3. Padlet/ Whiteboardfox je nakreslená biela škvrna s nápisom "Čo mi chýbalo počas školenia?".
Účastníci majú napísať "do" kufríka, košíka a bielej škvrny svoje odpovede.
Podklady v prílohe

16.45h | "SOEN EVE" Oficiálne ukončenie stretnutia

PRÍLOHY

NINJA TRAINER

ROCKSTAR OF SUSTAINABILITY

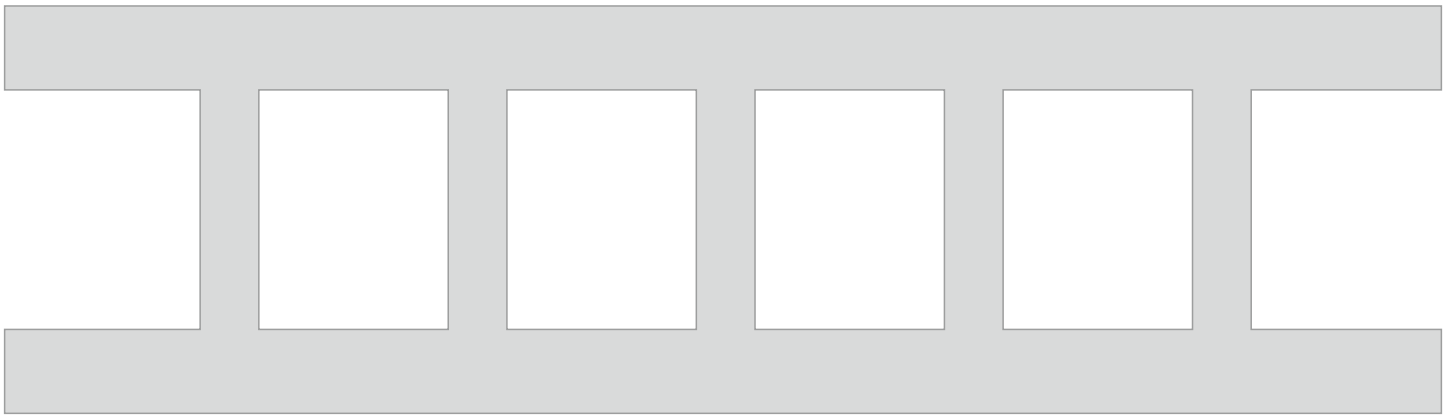
CHIEF INNOVATION

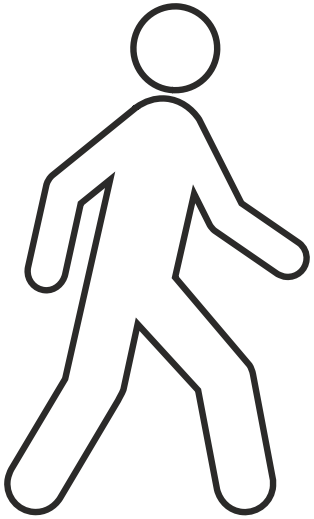
MARKETING WIZARD

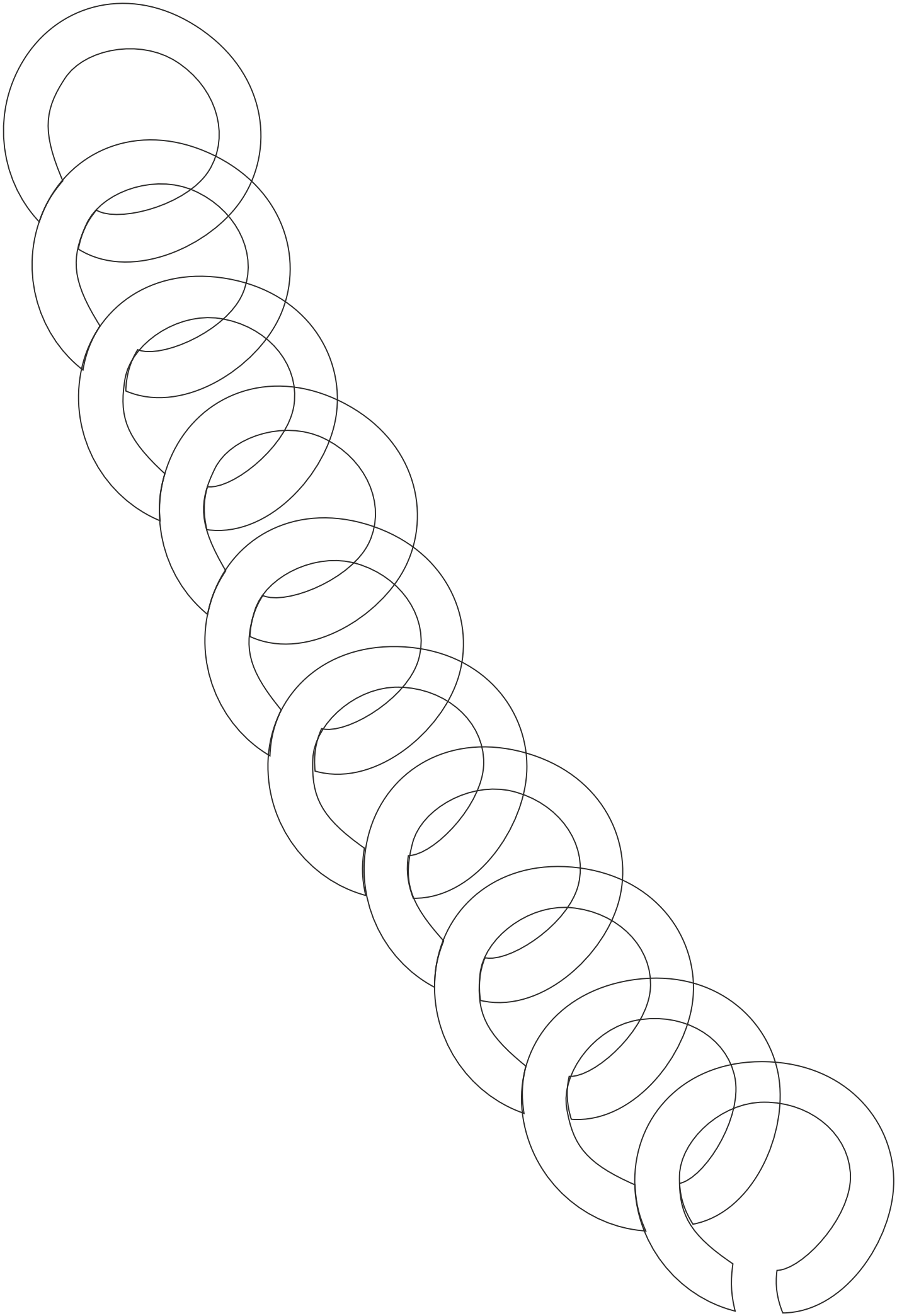
MASTER OF PROJECT MANAGEMENT

TEAM SPIRIT

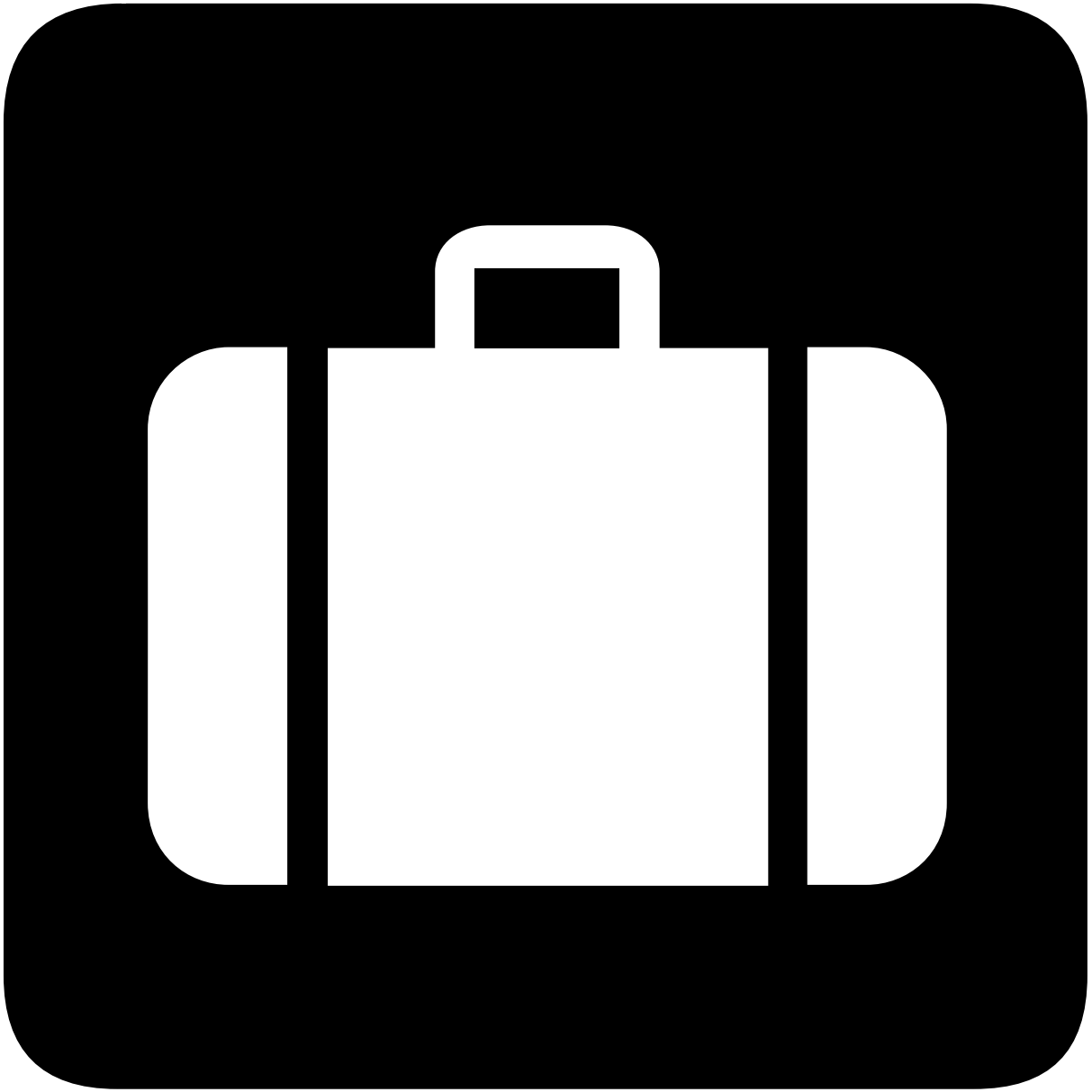
- [ ] We have the agenda of our ME
- [ ] We know how to prepare a very good project
- [ ] We know what to tell to our schoolmates
- [ ] We know factors of sustainable project
- [ ] We have the rule in our project used
- [ ] We know how to find areas of improvement
- [ ] We know what to do no to have problems
- [ ] We know to make a promotion of the project
- [ ] We know how to prepare a marketing strategy
- [ ] We know we need to give a clear communication
- [ ] We know who we need to make the project happen
- [ ] We know indicators
- [ ] We know the steps of the project
- [ ] We know our project ideas
- [ ] We feel comfortable with each other
- [ ] We know each other



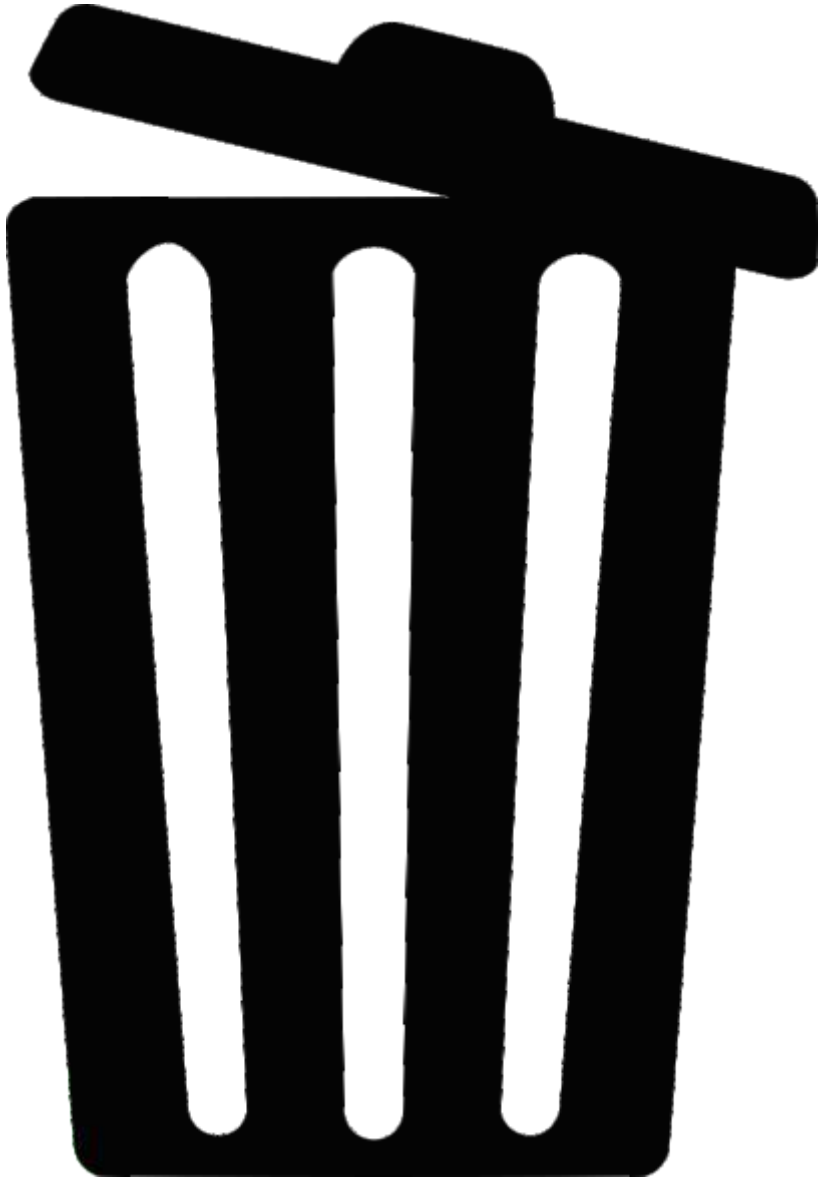




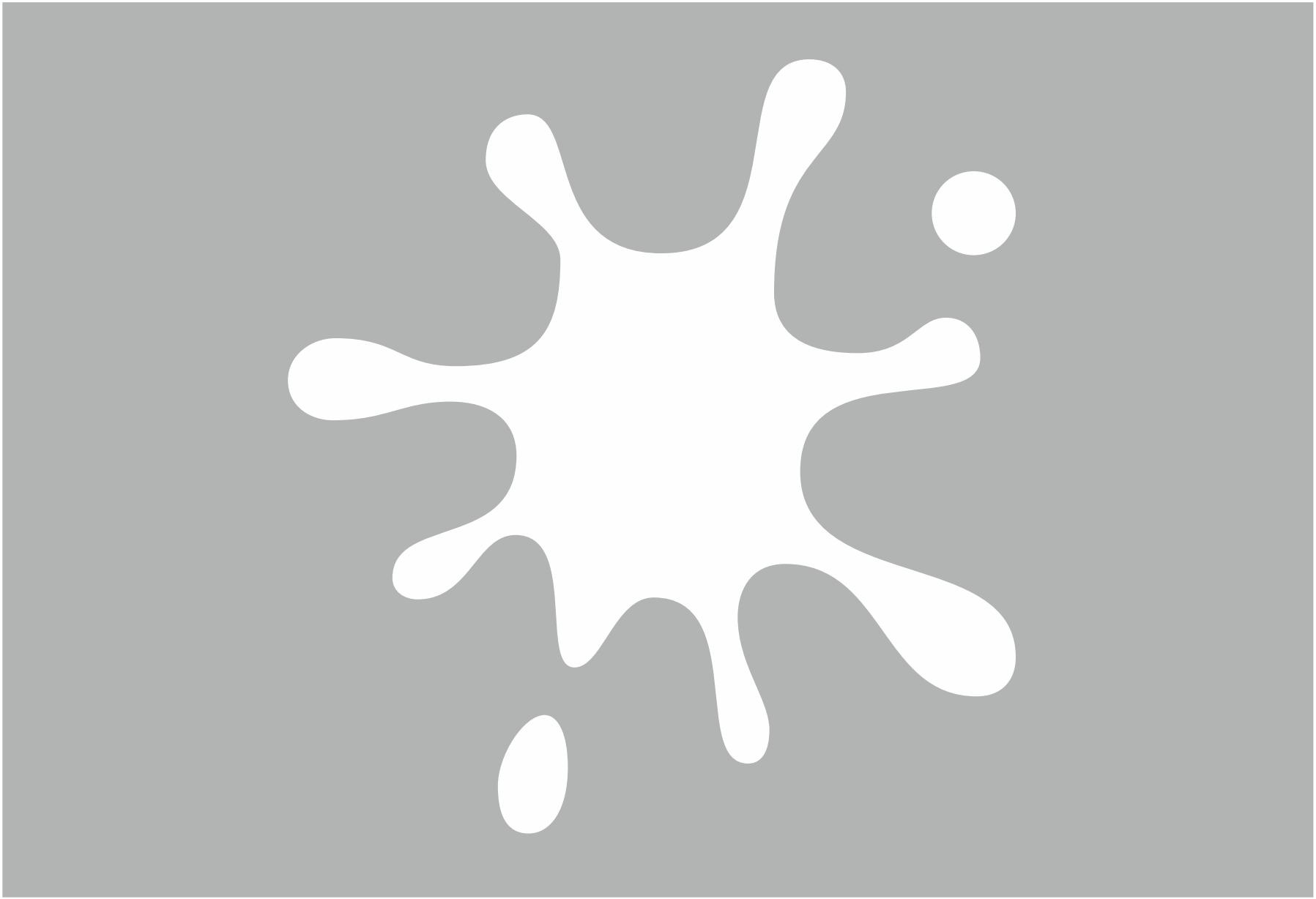
Co zabieram ze sobą po treningu?

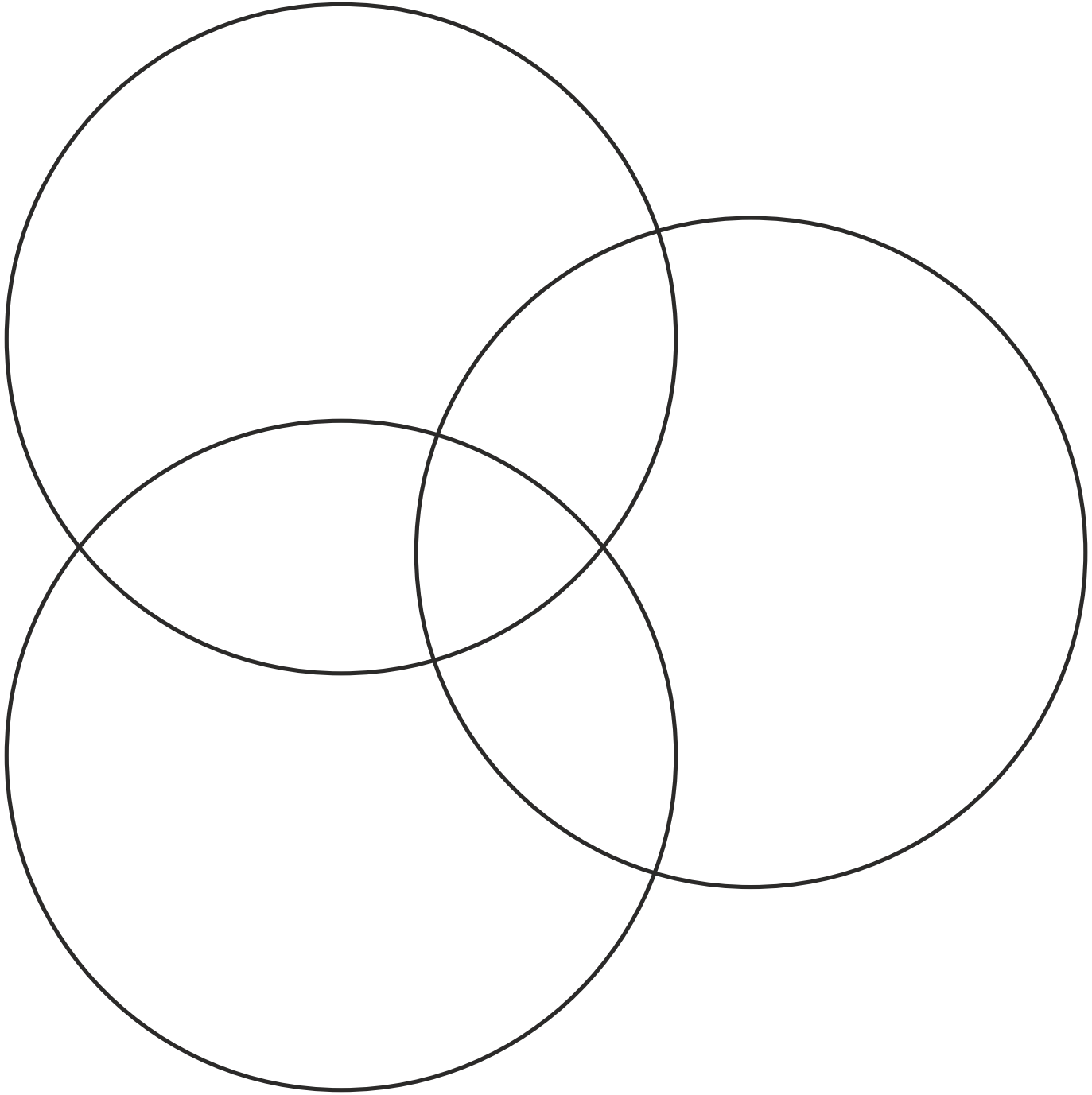


Nie potrzebuję tego



Czego brakowało podczas szkolenia?





WONDERLAND CITY SUSTAINABILITY POLICY
Climate Change
Resource Management
Natural Environment and Biodiversity
PLN EUR GBP
Labour and Fair Business Practices
Human Rights
Involvement Cooperation and Communications

Pravidlá súťaže o najzaujímavejšie projektové iniciatívy "PlaNET Social Enterprise 3"

I. Základné informácie

1. Adresátom výberového konania je XXX.
2. Organizátorom súťaže (ďalej len "súťaž") je XXX.
3. Súťaž je organizovaná v rámci projektu "PlaNET Social Enterprise 3" spolufinancovaného v rámci programu Európskej únie "Erasmus+". Hlavným cieľom projektu je podpora angažovaného a inkluzívnejšieho vzdelávania a sociálneho podnikania mladých ľudí.

II. Predmet súťaže

1.Predmetom súťaže je tvorba projektov pre rozvoj školy iniciatívnymi skupinami z radov žiakov školy v oblastiach: vzdelávanie, športové a kultúrne podujatie, podpora infraštruktúry (vybavenie zariadenia vzdelávacími a metodickými pomôckami) a ďalšie projekty týkajúce sa školskej komunity, ďalej len Projekty.
2.Cieľom súťaže je podnietiť školskú komunitu k aktívnej účasti na živote školy, ako aj podporiť ekonomickú zodpovednosť žiakov, učiteľov a rodičov.
3.Všeobecné ustanovenia:
1) Súťaže sa môžu zúčastniť iniciatívne skupiny 3-6 osôb (žiakov), ďalej len "iniciatívne skupiny".
2) Projekt musí byť otvorený - prístupný všetkým členom školskej komunity.
3) Účasť členov Iniciatívnych skupín na projekte, ako aj osôb zapojených do realizácie ocenených projektov, sa považuje za spoločenský prínos - dobrovoľníctvo.
4) Realizácia Projektu musí byť ukončená do XXX.
5) V prípade, že si Iniciatívna skupina nesplní svoje povinnosti, nedodrží termíny, nebude sa správať korektne voči ostatným Skupinám zapojeným do projektu "PlaNET Social Enterprise 3", poruší školský poriadok, vyhradzuje si Organizátor súťaže právo odvolať ju z účasti v súťaži.

III. Nábor

1. Projekty sa predkladajú na formulároch žiadostí (ďalej len "formuláre"), ktoré sú k dispozícii ako príloha k Pravidlám do XXX.
Formulár je potrebné zaslať e-mailom na túto adresu: XXXX
2. Objem finančných prostriedkov na realizáciu projektov je xxx EUR (slovom xxx eur).
1) Hodnota každého Projektu je XXX EUR (xxx EUR).
2) Na základe zoznamu projektov s najvyšším počtom hlasov bude na realizáciu vybraných X projektov.
3. Formálne hodnotenie:
Formálne hodnotenie vykonajú zástupcovia organizátora súťaže - XXX. Formulár je možné doplniť v prípade formálneho neúspechu, najneskôr však do 3 dní od doručenia žiadosti o doplnenie.
Pri formálnom hodnotení sa bude okrem iného prihliadať na súlad Projektu so školským poriadkom/štatútom.
4. Výber víťazov súťaže:
Výber víťazov Súťaže sa uskutoční hlasovaním žiakov školy. Každý študent bude mať možnosť hlasovať v deň hlasovania organizovaného v škole.
5. Hlasovaniu bude predchádzať:
1) prezentácia všetkých projektov počas školskej konferencie. Prezentácie sa budú riadiť týmito pravidlami: rovnaké maximálne trvanie prezentácie pre všetky prezentované nápady. Dátum školskej konferencie: XXXXXXXXX
2) týždenná kampaň na podporu jednotlivých Projektov (po ich konečnom schválení), ktorú budú viesť Iniciatívne skupiny.
6. V prípade, že autori víťazných Projektov odstúpia od realizácie, tieto prostriedky sa vrátia do fondu a umožnia realizáciu ďalších/nasledujúcich Projektov.

IV. Ocenenia

1. Ocenenia:
1) Hlavnou cenou je financovanie a vecná pomoc pri realizácii víťazných projektov na škole.
2) Finančné prostriedky tvoriace cenu v súťaži nesmú byť použité na odmeny pre osoby realizujúce Projekt.
3) Slávnostné odovzdanie symbolických šekov sa uskutoční do 14 dní odo dňa hlasovania.

V. Záverečné ustanovenia

1. Organizátor súťaže si vyhradzuje právo zmeniť termíny uvedené v týchto pravidlách.
2. Účasťou v Súťaži vyjadrujete súhlas s podmienkami tohto Štatútu.
3. Rozhodnutia Organizátora súťaže sú konečné a nie je možné sa proti nim odvolať.
4. Vo veciach, ktoré nie sú upravené v tomto Štatúte, platia príslušné ustanovenia Občianskeho zákonníka.

Názov projektu

Opíšte projekt v jednej vete (max. 20 slov)

Odôvodnenie projektu (prosím popíšte potrebu alebo problem v vo vašej škole / komunite/meste…) Použite WHAT formulár, odpovede zo SWOT analýzy (max. 200 slov)

Cieľová skupina (max. 50 slov) (je to skupina ľudí, ktorú by ste chceli osloviť svojím projektom - môžu to byť študenti, učitelia, pracovníci s mládežou, zdravotne postihnutí, prisťahovalci alebo ľudia žijúci vo vašom regióne/obci, podnikatelia, mimovládne organizácie, kultúrni pracovníci…)

Opíšte vybraný podnikateľský model sociálneho podniku a vysvetlite, prečo si myslíte, že je to najlepší model pre váš projekt (max. 100 slov)

Popíšte hlavný cieľ projektu. (max.100 slov) (inšpirovať sa môžete na základe analýzy SWOT a sociálneho vplyvu/hodnoty obchodného modelu).

Opíšte problém(y) alebo otázku(y), na riešenie ktorých je projekt zameraný vo vašej škole/komunite/obci/vidieku atď..... Prečo je tento projekt potrebný? (max. 250 slov)

Opíšte ľudí (tím), ktorí predkladajú tento projekt. (skúsenosti, kvalifikácia...) (max. 100 slov)

Opíšte hlavné činnosti projektu. (max. 150 slov) (Použite Ganntov diagram)

Opíšte miesto a termíny projektu (max. 100 slov) (použite Ganttov diagram + 5W+H list)

Opíšte výstupy/výsledky projektu. (max. 100 slov)

Predstavte aspekty sociálnych hodnôt a prístup vášho projektu (max. 250 slov)

Prečo by mala byť vaša organizácia vybraná ako víťazná? (max. 250 slov)
V tejto časti môžete pridať akúkoľvek ppt prezentáciu /inovatívny plagát/brožúru/video/trailer/argument/hru/obrázky/príbeh... čo môže pomôcť porote rozhodnúť sa pre váš projekt)

Rozpočtová línia (Každá rozpočtová línia by mala byť prepojents aktivitami/výstupom projektu)		
	Detailný popis kalkulácie výdavkov	Spolu v EUR
Osobné výdavky		
Cestovné náklady (špecifikujte odliaľ kam budete cestovať, ako – lietadlo, autobus,…a koľko to bude stáť)		
Stretnutia a podujatia (prenájom miestnosti, pre koľko ľudí, čo plánujete kúpiť - napr. kávu, koláče, večeru….atď.)		
Vybavenie (napr. počítač, tlačiareň, stoly, stoličky, náradie…)		
Iné		
SPOLU		

	1 - Nie, vôbec	2 - Iba trochu	3 - Áno, ale nie dostatočne	4 - Áno ž ale stále nejaké veci chýbajú	5 - Ano, perfetne	SPOLU
Je projekt dostatočne zdôvodnený a je potreba /problém komunity dostatočne vysvetlený?						
Je projekt dostatočne podporený strategickými dokumentami a inými relevantnými zákonmi/priesk umom… atď.?						
Bude problém komunity aspoň čiastočne vyriešený týmto projektom?						
Má organizácia dobrú povesť a dostatok kvalifikovaných ľudí na aplikovanie projektu?						
Sú hlavné activity dostatočne opísané, konkrétne, dosiahnuteľn, odôvodnené a časovo ohraničené?						

	1 - Nie, vôbec	2 - Iba trochu	3 - Áno, ale nie dostatočne	4 - Áno ž ale stále nejaké veci chýbajú	5 - Ano, perfetne	SPOLU
Podporuje datum a miesto konania potreby komunity?						
Sú ciele projektu dosiahnuteľné a realistické? Sú ciele projektu realistické z hľadiska rozpočtu?						
Je projekt inovačný?						
Je organizácia odhodlaná vyhrať so svojim projektom?						
Je rozpočet opodstatnený a dostatočne opísaný?						
SPOLU						

Creative Commons
Attribution 4.0 International
(CC BY 4.0)

FREE PUBLICATION
The result of
the "**PlaNET Social Enterprise 3**" project.

Erasmus+

SOEN 3.0
PlaNET Social ENTERprise
ENTERPRISE YOUR REGION