
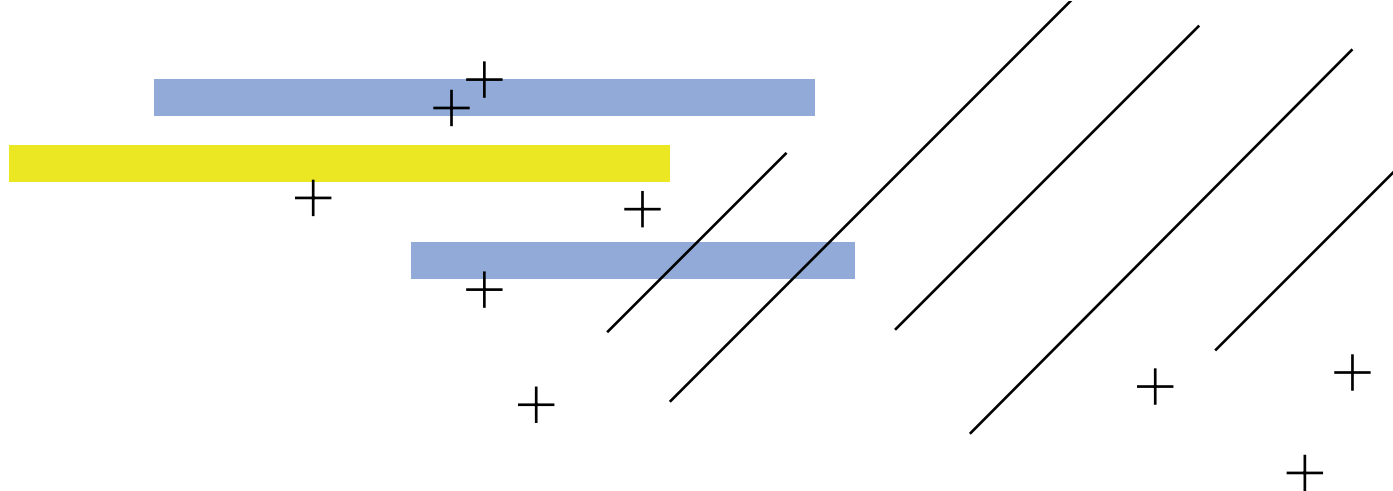




ARTYB

Metodika vzdelávania pracovníkov s mládežou
v oblasti podnikania v kultúrnom
a kreatívnom priemysle





ARTYB

Metodika vzdelávania pracovníkov s mládežou
v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle

Autori:

Darina Čierniková • Peter Kantor • Zuzana Palová • Veronika Vasilová • Miroslav Žabenský
Zuzana Srogončíková Melicharová • Karina Grobarčíková • Alina Prochasek • Martina Gajdárová
Katarzyna Gattnar • Pavel Kantor

Organizácie:

Rada mládeže Žilinského kraja (Slovensko)

www.rmzk.sk

•
Centrum pro podporu podnikání a zaměstnanosti, z.ú.

(Česká republika)

www.centrumpropodnikani.cz

•
FUNDACJA LAJA (Poľsko)

www.laja.pl

•
Oravské kultúrne stredisko v Dolnom Kubíne (Slovensko)

www.okstredisko.sk

•
Žilinský samosprávny kraj (Slovensko)

www.zilinskazupa.sk

•
PaĽKO - Združenie priateľov ľudovej kultúry Oravy (Slovensko)

Grafika:

Mária Mišovičová

Jazyková úprava:

Denisa Štureková

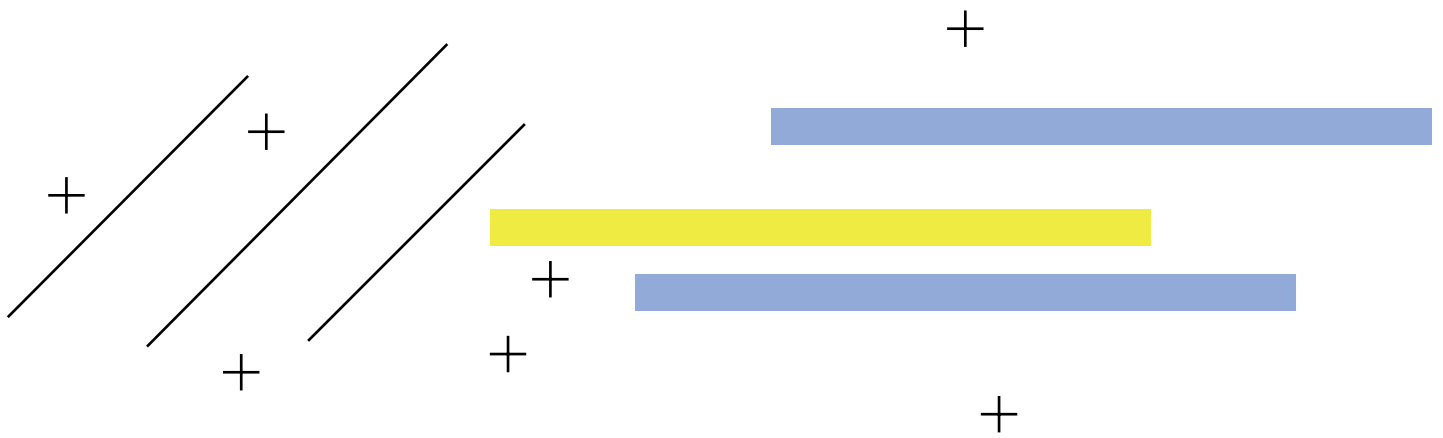
Ivana Gabrišová

Rok vydania:

2022

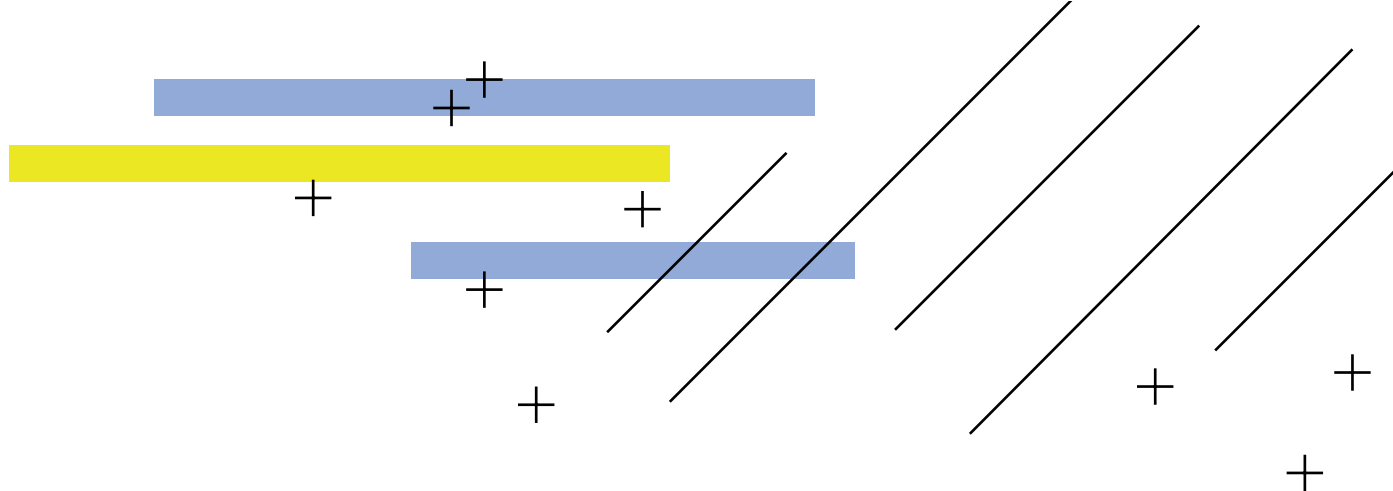
ISBN:

978-80-570-4240-2



OBSAH

ÚVOD	2
METODIKA	4
Komunikácia I. – Informácie a ich využívanie	4
Komunikácia II. – Hľadanie riešení, prenos informácií v náročných podmienkach	6
Komunikácia III. – Neverbálna komunikácia – Háďajme naše emócie	8
Komunikácia IV. – Kompetentný rečník (rozvoj argumentácie)	10
Komunikácia V. – Vytvor a prezentuj svoj nápad	12
Základy vizuálnej komunikácie	16
Úvod do motivácie mladých ľudí	26
Investigácia – Kritické myslenie v praxi	28
Typy osobnosti	32
Vzťahy	40
Vzťahy – Krokodíla rieka	42
Sieťovanie	46
Sieťovanie – Užitoční ľudia	52
Zmena	56
Flexibilita	60
Flexibilita – Sedem úloh	66
Osobnostná kreativita a originalita	70
Kultúrna diverzita	74
Právo a podnikanie	76
Legislatíva – Vytvor si svoj vlastný podnik/podnikateľskú činnosť v kreatívnom priemysle	78
Základné formy získavania finančných prostriedkov	82
Tvorba jednoduchej crowdfundingovej kampane	108
Tvorba jednoduchého projektu I. – Vyriešme problém	114
Tvorba jednoduchého projektu II. – Projektový manažér	124
Tvorba jednoduchého projektu III. – Grantový formulár	134
Tvorba jednoduchého projektu IV. – Vyhodnotenie a riziká	146
Prieskum trhu	156
Byť profesne/odborne dobrým	158
Ako byť finančne v pluse	164
Ako sa predať?	166
Testovanie služby/produktu	168
Udržateľnosť, kvalita, kreativita a jej rozvoj v podnikaní	172
O PROJEKTE	176
O AUTOROCH	178
O LOGU PROJEKTU ONE WAY	182



ÚVOD

Práve ste otvorili ARTYB – metodiku vzdelávania pracovníkov s mládežou v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle.

Veríme, že vám ponúkne inšpiráciu, nápady a povzbudenie na ceste k výchove mladých ľudí k podnikavosti v oblasti rôznorodej kultúry a kreativity.

Samotný názov ARTYB nesie v sebe skratky ART – umenie, Y – youth – mládež, B – business – podnikanie.

ARTYB – metodika vzdelávania pracovníkov s mládežou v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle, vznikla v rámci projektu „Jedna cesta = kultúry + mládeže + kreativity“ podporeného z programu Erasmus + KA2 strategické partnerstva.

Obsah metodiky vychádza zo Správy o vzdelávacích potrebách mladých ľudí v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle, ktorá bola vypracovaná na základe prieskumu potrieb v zapojených krajinách: Slovensko, Česká republika a Poľsko.

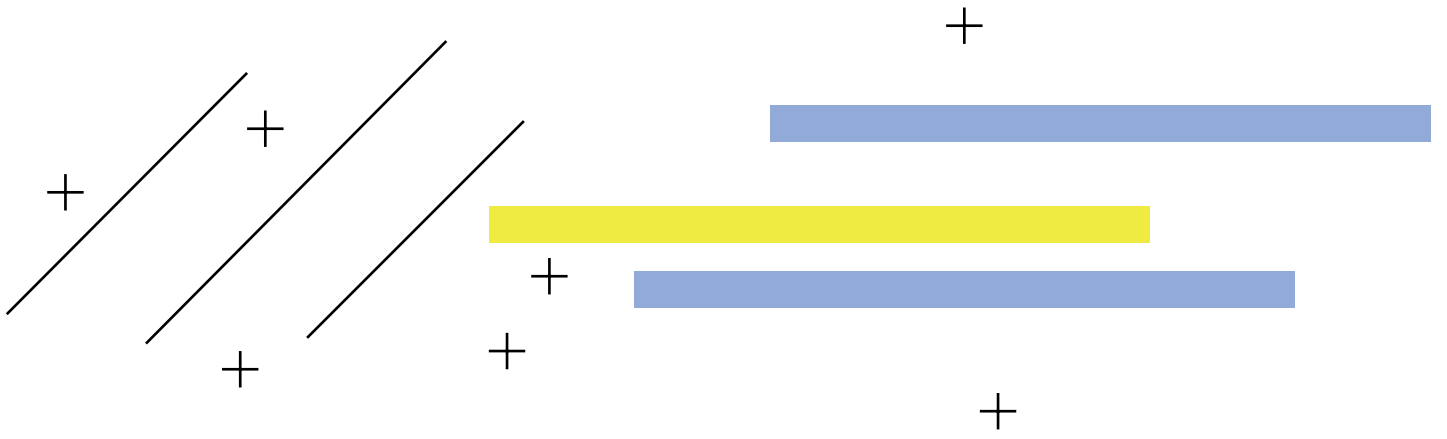
O vzdelávacích blokoch

Vzdelávacie bloky metodiky sú rozdelené do dvoch okruhov, rozvíjajúce osobnostné a odborné kompetencie mladých ľudí. Bloky sú zostavené tak, aby ich užívateľ mohol používať samostatne, preto sú pri jednotlivých blokoch umiestnené aj prílohy k daným blokom prislúchajúce.

V tejto publikácii nájdete 32 samostatných vzdelávacích blokov s prílohami.

Na tvorbe blokov sa podieľalo 11 odborníkov na neformálne vzdelávanie a prácu v kultúrnom a kreatívnom priemysle zo Slovenska, Českej republiky a Poľska. Vzdelávacie bloky boli overené na dvoch pilotných vzdelávaniach v Kroměříži a v Katowiciach, na ktorých sa zúčastnilo 22 pracovníkov s mládežou.

Na nasledujúcich stránkach nájdete finálne vzdelávacie bloky, ktoré môžete začať používať vo svojej práci s mládežou pri rozvoji ich osobnostných a odborných kompetencií.





Komunikácia I.

– Informácie a ich využívanie

Ciele bloku

- vyjadriť vlastné spôsoby akými komunikuje osoba v bežnom spoločenskom živote (osobný a pracovný)
- získať informácie akým spôsobom komunikujú v skupine
- zdieľať nápady a podnety v spoločenskom živote

Skupina

6 – 20 účastníkov

Materiál

Pre každého účastníka:

- 1x papierový hárok formátu A4 „Pýtaj sa bez otázok a získaj informáciu!“
- perá rôznej farby, min. 1 pre účastníka
- papier, na ktorom je 20 štvorcíkov s aktivitami v oblasti využívania online komunikácie, sociálnych médií, propagácie a iné
- flipchartová tabuľa a farebné fixky

Dĺžka v minútach

50 min.

Zhrnutie

Pýtaj sa bez otázok a získaj informáciu!

Inštrukcie

Pýtaj sa bez otázok a získaj informáciu! – 50 min.

Školiteľ pripraví podklady pre účastníkov. Rozdá všetkým účastníkom 1 formulár pre 1 účastníka s nasledovnou inštrukciou: Úlohou každého účastníka je získať medzi ostatnými osobami podpis osôb do príslušných políčok hárka, ktoré spĺňajú uvedené podmienky. Podpísať sa sám účastník na svojom papieri nemôže. Aktivita končí, keď prví traja účastníci získajú podpisy do celého hárku podpisov. Školiteľ sa do aktivity taktiež môže zapojiť bez vyzvania účastníkmi.

Úlohou je:

- čo najrýchlejšie získať podpisy
- aby sa každý účastník podpísal do uvedeného hárka

Diskusia:

Po skončení je potrebné si so skupinou sadnúť do kruhu a diskutovať na otázky:

- Náročnosť získania podpisu – hľadania zdrojov, ako sa im zdroje získavali?
- Čo bolo ťažké?
- Overiť, či podpisy skutočne spĺňajú uvedené podmienky aktivity?
- Čo sa nové dozvedeli o druhých?
- Predpokladali by to?

Sumarizácia:

1. Lektor uvedie na flipchartovú tabuľu, ktoré 3 aktivity sa najčastejšie vyskytli, kde mali najviac podpisov účastníci.
2. Mapa nápadov – účastníci môžu uvádzať, čo im chýbalo v hárku, aké iné zdroje a informácie využívajú, akou formou vyhľadávajú nové zdroje a ako komunikujú.



Prílohy

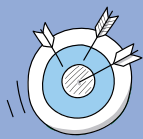


Príloha 1: Hárok s 20 aktivitami – Pýtaj sa bez otázok a získaj informáciu!

Čítam aspoň 1x týždenne noviny	Denne som na Facebooku/Instagrame/Twitteri viac ako 2 hodiny	Prevažne nakupujem online	Zdieľam svoje príbehy cez Instagram
Počúvam rád audioknihy v cudzom jazyku	Píšem blog a prispievam aspoň raz mesačne	Mám skúsenosť s hoaxom a upozornil som aj druhých	Rád sledujem zahraničné seriály na Netflixu
Mám skúsenosť s platenou reklamou na online sieťach	Natáčam svoje videá na YouTube alebo iné kanály	Rád nakupujem knihy	Denne čítam online správy
Neoverujem si zdroje na sociálnych sieťach	Predávam veci online	Svoje veci rád darujem	Rád fotím
Som registrovaný v miestnej knižnici	Nezdieľam svoje zážitky a príbehy online	Za posledných 12 mesiacov som absolvoval online alebo prezenčný kurz	Overujem si zdroje na Facebooku, či ide o hoax alebo pravdu



Komunikácia II. – Hľadanie riešení, prenos informácií v náročných podmienkach



Ciele bloku

- hľadať spôsoby komunikácie v tíme (verbálne a neverbálne)
- vedieť zvládať náročnú situáciu na základe informácií
- vyjadriť svoj názor, presvedčiť a komunikovať s ostatnými v uzavretej skupine
- rozvíjať schopnosť komunikovať a pracovať v skupine, odovzdať informáciu, formulovať názor, prezentovať požiadavky, argumentovať pri plnení zadania v tíme



Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

- lezecké lano/šnúra/špagát minimálne 2 – 4 m
- obrázky – rôzne geometrické tvary vytlačené na A4, 1 obrázok pre skupinu, konkrétne „projektového inžiniera“
- šatky na zavieranie očí dizajnérov
- A4 čistý papier a pero pre pozorovateľa



Dĺžka v minútach

55 min.



Zhrnutie

Spoločný projekt



Inštrukcie

Spoločný projekt – 55 min.

Školiteľ pripraví podľa počtu skupín laná/špagáty. Rozloží ich do miestnosti, aby si skupiny neprekážali. Rozdelí skupiny, v ktorých si účastníci rozdelia 3 oblasti – pozície (zadávatel, manažér, dizajnéri a pozorovateľ). Odovzdá zadávateľom obrazce, rozmiestni ich. Zadá manažérom úlohu informovať skupinu, čo majú robiť. Postaví dizajnérov k pripravenému lanu. Zadávateľ – dostane tvar obrazca, ktorý bude skupina zamestnancov – konštruktérov zostrojovať z lana. Nekomunikuje. Drží obrázok ako náčrt.

Manažér musí byť vzdialený od dizajnérov min. 15 m. Nesmie sa priblížiť. Komunikuje s nimi len cez telefón.

Pozorovateľ, ktorý pozoruje všetky pozície – komunikáciu, argumentáciu, prenos komunikácie, dynamiku v skupine a zaznamenáva si poznámky.

Dizajnéri majú zviazané oči šatkami, neopúšťajú miestnosť. Robia, čo sa im povie telefonicke. Pozorovateľ stojí a chodí a zapisuje si celú pozorovanú situáciu. Na splnenie úlohy majú 10 – 15 min.

Diskusia:

Po skončení je potrebné so skupinou sadnúť si do kruhu a diskutovať na otázky: Aká bola náročnosť riešenia? Aké mali pocity? Čo im bolo jasné a čo nie? Čo nové sa dozvedeli?

Pozorovanie:

Následne dostane priestor každý pozorovateľ za skupiny, ktorý stručne popíše stav a proces riešenia úlohy v tíme.

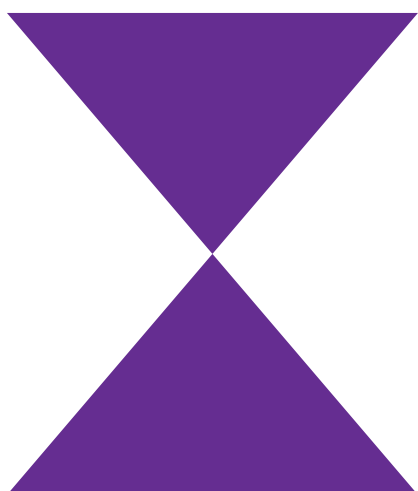
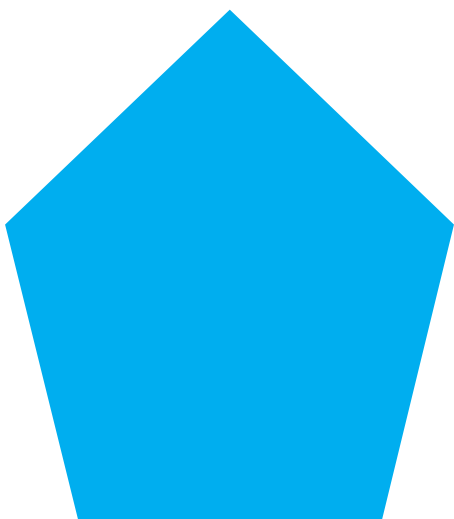
Sumarizácia:

Lektor zhrnie stručne aktivitu. Jednotlivé výstupy si skupiny medzi sebou pozrú, na akej úrovni bolo zadanie splnené.

Prílohy



Príloha 2: Zadanie pre skupiny – geometrické tvary podľa výberu lektora pre rôzne skupiny





Komunikácia III.

Neverbálna komunikácia – Hádajme naše emócie



Ciele bloku

- vyjadriť svoje emócie
- prejaviť podľa popisu prejavy neverbálnej komunikácie zo spoločenského života

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

Pre každý tím v rámci skupiny:

- zadanie – popis emócií, ktoré majú byť vyjadrené v skupine podľa počtu účastníkov

Pre každého účastníka:

- 1x kartička/papier, na ktorom bude uvedená emócia, ktorá má byť predstavená/znázorňovaná účastníkom neverbálne

Pre školiteľa:

- zoznam kartičiek, kartičky s názvami emócií
- text pre školiteľa
- oblasti (emócie zo spoločenského, školského, rodinného, rovesníckeho života)

Dĺžka v minútach

120 min.

Zhrnutie

Vyjadriť svoje emócie – 100 min.

Inštrukcie

Emócia bez slov – 60 min.

Diskusia a spätná väzba účastníkov – 20 min. a peer zdieľanie 20 min.

Školiteľ tímom rozdá kartičky s uvedenou emóciou. Na kartičke bude prídavným menom vyjadrená emócia a stručný popis zo života, ako ju účastník môže vyjadriť – pomôcka ako ju ľahšie vyjadriť ďalším členom v skupine. Úlohou skupiny je uhádnuť vyjadrenie emócie – forma vyjadrenia je pantomíma.

Cieľom je vyjadriť neverbálne emóciu účastníkom a odhadnúť vyjadrenú emóciu skupinou, čo účastník prezentuje/vyjadruje.

Diskusia a peer zdieľanie 20 až 30 min. – vyjadrenie účastníkov, ako sa im hádali prezentované emócie, ako to na nich pôsobilo, čo by odporúčali, ako vnímali vyjadrené emócie bez slov. Peer zdieľanie – popis situácií, čo im chýbalo v životných situáciách, kedy vedeli verbálnu situáciu odčítať, popísať a kedy sa ocitli v situáciách rôzneho charakteru a nezrozumiteľnosti.

Odporúčania účastníkov – čo by potrebovali k zlepšeniu. Zhrnutie poznatkov od lektora a odovzdanie handoutov.







Komunikácia IV. – Kompetentný rečník (rozvoj argumentácie)

Ciele bloku

- rozvíjať kritické myslenie
- vedieť obhájiť svoj názor
- rozvíjať argumentačné schopnosti

Skupina

12 – 20 osôb

Materiál

- 1x hárok papiera A4 s uvedenou témou pre skupinu a vybraným tvrdením (výber podľa školiťeľa, rôzne spoločenské témy)
- písacie potreby a čistý flipchartový papier na skupinové poznámky – 3 kľúčové argumenty
- flipchartová tabuľa

Dĺžka v minútach

20 min. – práca v 1 skupine; podľa počtu skupín, 20 až 80 min.

Zhrnutie

Argumenty, ktoré presvedčia

Inštrukcie

Argumenty, ktoré presvedčia

- Ponuka témy – školiťeľ ponúkne tému, z ktorej si účastníci vyberú jednu, o ktorej chcú diskutovať.
- Rozdelenie do skupín – školiťeľ rozdelí účastníkov do skupín v počte 2 – 5 účastníkov a dá im možnosť vybrať si 1 zo 4 tvrdení.
- Nasleduje diskusia o tvrdení v rámci skupín, príprava argumentov za/proti. Činnosť skupiny je plánovaná na 5 minút – diskusia v rámci skupiny.
- Prezentácia postojov – jednotlivé skupiny prezentujú a obhajujú svoje výstupy.
- Diskusia v celej skupine – školiťeľ diskutuje s účastníkmi.

Diskusia:

Po skončení je potrebné si so skupinou sadnúť a prediskutovať otázky:

- Aké argumenty účastníkov presvedčili.
- Aké argumenty ich zarazili/šokovali.
- Aká forma argumentu bola pre nich prijateľná/neprijateľná.
- Čo bolo kľúčové, čo ich presvedčilo, aby sa stotožnili s argumentami.
- Ktorá z prezentácií/obhajob pred skupinou bola zaujímavá a čím.

Sumarizácia:

Školiťeľ uvedie na flipchartovú tabuľu, ktoré 3 kľúčové argumentačné techniky sa najčastejšie vyskytli u účastníkov a poukáže na nich, prípadne ich sám účastníkom odporučí v budúcnosti použiť.



Prílohy



Príloha: Ukážka tém a tvrdení

Téma: „Zero waste – pozitíva a negatíva – udržateľnosť“

1. Životný štýl zero waste je príliš drahý.
2. Životný štýl zero waste je časovo náročný.
3. Ľudia, ktorí znižujú svoj odpad, sú zdravší.
4. Jeden človek aj tak nič nezmení.

Téma: Zavedenie možnosti cestovania do školy bicyklom, vytvorenie priestoru na cyklostojany pre stredné školy/pred úrady a iné verejné miesta v obci/v meste

1. Bicyklovanie je finančne náročný prostriedok pre rodiny.
2. Doprava bicyklom je časovo náročná.
3. Bicyklovaním sa prispeje k fyzickej i psychickej pohode študentov.
4. Väčšina bude využívať možnosť dochádzať pešo, doviest' sa osobným autom alebo verejnou dopravou do školy.

Téma: Tetovanie je prejavom kreativity mladých ľudí

1. Viac mladých ľudí preferuje tetovanie, než starší dospelí jednotlivci.
2. Tetovanie ohrozuje možnosť človeku v budúcnosti darovať krv a spôsobuje aj iné zdravotné obmedzenia.
3. Pri tetovaní mladí zvažujú svoj výber (preklad textu, estetické prevedenia) a vytetovať si nechajú len skutočne kreatívny objekt.
4. Väčšina tetovaní na tele mladých má výtvarný charakter.

Poznámka: Témy si vyberá a môže prispôbiť školiteľ podľa kontextu zadania úlohy pre školenie a s pamäťou na záujmy cieľovej skupiny, s ktorou bude pracovať. Témy môžu byť z oblasti kultúry, športu, voľno-časových aktivít, spoločenských tém, otázky komunity a pod.



Komunikácia V.

– Vytvor a prezentuj svoj nápad



Ciele bloku

- podporiť kreatívne myslenie, produkciu nápadov
- vedieť sa inšpirovať
- rozvíjať prezentačné schopnosti
- vyjadriť svoj názor a zdieľať ho s inými
- hľadať nápady pre lokálnu komunitu a jej rozvoj



Skupina

12 – 20 účastníkov



Materiál

- písacie a kancelárske potreby, papier, flipchartová tabuľa, časopisy, rôzne pomôcky na realizáciu nápadov
- kreatívne potreby
- môžu použiť mobil na vytvorenie videa
- Wi-Fi pripojenie



Dĺžka v minútach

80 min.



Zhrnutie

Nápad, ktorý zújme



Inštrukcie

Nápad, ktorý zújme

Výber témy – 5 min.

Školiteľ ponúkne účastníkom tému, z ktorej si vyberú jednu, ktorú chcú rozvíjať a následne prezentovať

Rozdelenie do skupín – 5 min.

Školiteľ rozdelí účastníkov do skupín:

- **Skupina kreatívcov** – 2 až 5 osôb, vyberú si nápad, ktorý chcú rozvíjať a následne prezentovať
- **Skupina odborníkov/zástupcov** – 1 až 4 osoby – osoby, ktoré budú predstavovať zástupcov verejného alebo občianskeho sektora a vypočujú si všetky prezentácie, kreatívcov kladú otázky, budú hodnotiť a vyjadrovať sa k originalite nápadu, kreatívnemu prístupu k úlohe a návrhu riešení
- **Skupina sponzorov** – 1 až 4 osoby, ktoré budú predstavovať zástupcov za podnikateľský sektor a vypočujú si všetky prezentácie, kladú kreatívcov otázky, budú hodnotiť a vyjadrovať sa k realizovateľnosti a uskutočniteľnosti nápadu
- **Skupina facilitátorov** – 1 až 2 osoby podľa množstva skupín, pozorujú celý proces tvorby, práce a komunikácie v procese kreovania nápadu – úlohou je v závere popísať prácu skupín
- **Rola moderátora** – 1 osoba pre všetky skupiny, ktorá si zistí, aké nápady si vybrali, jeho úlohou je moderovať priebeh prezentácie nápadov a diskusie so skupinami po prezentácii nápadu

Práca v skupinách – 30 min.

Kreatívcovia majú 30 min. na vytvorenie prezentácie/diela. Určia si osobu, ktorá bude nápad prezentovať.



Prezentácia nápadu – 10 min.

Každá skupina odprezentuje svoj nápad a jeho názov na „Burze nápadov“ pred skupinou zloženou zo skupiny odborníkov a sponzorov. Facilitátori dohliadajú na proces a neustále ho pozorujú.

Diskusia a otázky – 10 min.

Možnosť diskutovať, klásť otázky k nápadu zo strany skupiny odborníkov/zástupcov a sponzorov. Úlohou skupiny je odpovedať, vysvetliť a pod.

Ostatní členovia skupín, ktorí už prezentovali alebo ešte len budú prezentovať, sa môžu po každej pýtať v Diskusii ako „Skupina – Verejnosc“.

Facilitácia – 10 min.

Po prezentáciách všetkých skupín dostanú facilitátor/i priestor stručne popísať proces celej aktivity.

Záverečná diskusia – 10 min.

Po skončení je potrebné opýtať sa v skupine:

- Aký ste mali z aktivity pocit?
- Čo vám aktivita dala?
- Ako ste sa cítili v jednotlivých rolách?
- Ako ste sa rozhodovali?
- Čo bolo pre vás náročné?
- Čo bolo pre vás jednoduché?
- Ako ste si rozdelili úlohy?

Sumarizácia:

Školiteľ uvedie na flipchartovú tabuľu, čo bolo zaujímavé z pohľadu kreatívneho prístupu, spôsobov presvedčenia a prezentačných faktov.



Prílohy

Príloha: Návrhy oblasti tém

Téma 1: Online newsletter/časopis pre mladých v meste (zdôvodnenie, čo by mal obsahovať, ako by mal vyzerieť, komu by bol zasielaný a pod.)

Téma 2: Buď duševne fit – aktivita (návrh kultúrnej a spoločnej aktivity cca 60 – 120 min.), do ktorej sa zapoja mladí, seniori a znevýhodnené skupiny obyvateľov v meste (oslovenie na spoluprácu, program)

Téma 3: Staň sa 1 deň dobrovoľníkom. Podpora dobrovoľníctva v meste – zapojenie mladých a rodín/pracujúcich rodičov – návrh aktivity na sobotňajšie dopoludnie – časový rozsah 1 - 3 hodiny

Témy iné, doplní školiteľ podľa svojho zváženia – Poznámka: Témy si vyberá a môže prispôbiť školiteľ podľa kontextu zadania úlohy pre školenie a so zohľadnením záujmov cieľovej skupiny, s ktorou bude pracovať. Témy môžu byť z oblasti kultúry, športu, voľno-časových aktivít, spoločenských tém, otázok komunity a pod.





Základy vizuálnej komunikácie

Ciele bloku

- získať schopnosť navrhnuť základne vizuály pre udalosť, projekt alebo značku
- oboznámiť sa s voľne dostupnými nástrojmi k tvorbe grafiky
- oboznámiť sa so základnými princípmi grafiky

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- funkčný počítač s nainštalovanými programami spomenutými v aktivite a pripojenie na internet

Dĺžka v minútach

190 min.

Zhrnutie

1. Vytvorenie moodboardu značky/udalosti/projektu – 40 min.
2. Navrhnutie prvkov vizuálnej komunikácie – 110 min.
3. Použitie nových vizuálov na sociálnych sieťach – 40 min.

Inštrukcie

1. Vytvorenie moodboardu značky/udalosti/projektu – 40 min.

Hranica medzi inšpirovaním sa a kopírovaním býva často tenká. Táto aktivita má podporiť vedomý proces kreatívneho čerpania inšpirácie a jej zapojenia do tvorivého procesu. Nakoľko žijeme v dynamickom svete, plnom talentu a schopností, musíme vedieť inšpiráciu načerpať, aby sme mohli uplatniť našu kreativitu. Pomocným nástrojom je Moodboard, nástenka inšpirácie. Dá sa vytvoriť analógovo, pomocou koláže z novín a časopisov, alebo viac moderne a digitálne prostredníctvom služby PINTEREST. Pinterest sa dá prirovnať k virtuálnej korkovej tabuli, kam môžu užívatelia pripínať zaujímavé obrázky alebo filmy odkazujúce na ich pôvodné zdroje na internete. Tento portál umožňuje užívateľom zorganizovať si multimediálne podklady a usporiadať ich do tematických nástieniek. Zjednodušuje sa tak prehliadanie a využívanie uložených vizuálnych materiálov.

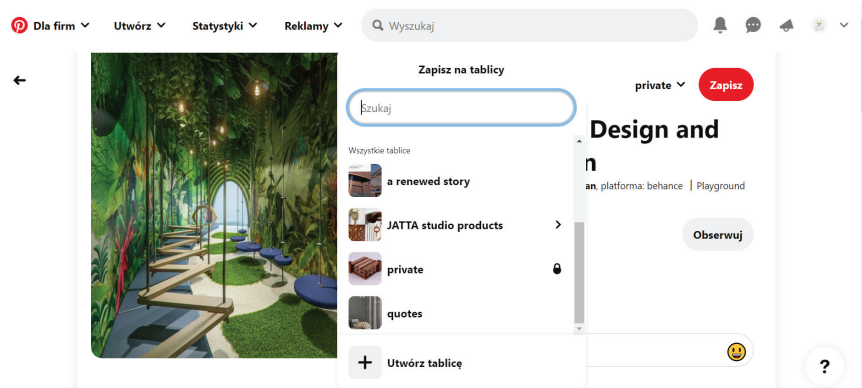
Vzhľadom k tomu, že chceme ísť s dobou a nechceme prispievať k odlesňovaniu:

- Navštívime webovú stránku: www.pinterest.com.
- Založíme si účet uvedením e-mailu a prezývky.
- Akonáhle máme založený účet, môžeme vytvoriť našu prvú nástenku, ktorú nazveme MOODBOARD (názov projektu/loga/nápadu).
- Následne vytvoríme prostredníctvom vyhľadávania s kľúčovými slovami prvú nástenku – pokiaľ chceme napríklad postaviť detské ihrisko, vyhľadávame prostredníctvom kľúčových slov ako detské ihrisko, preliezačka, dizajn, hračky, detské hry, farebné škály, detská izba a pod. Nenechajte sa ničím limitovať či obmedzovať, objavujte nové myšlienky, tvoríte predsa svoju vlastnú víziu. Náповедou môže byť, že ešte viac objavíte, pokiaľ budete vyhľadávať v angličtine. Pokiaľ si nie ste svojou angličtinou istí, pomôžte si prekladačom: <https://translate.google.com>.

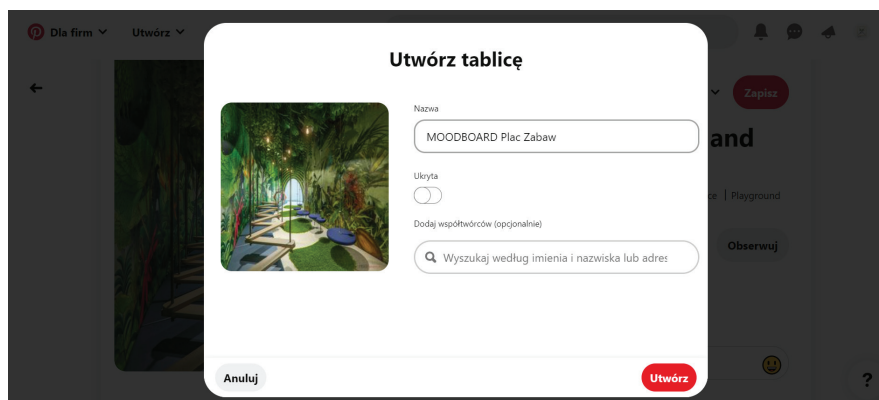




Keď nájdete obrázok, ktorý sa vám páči a inšpiruje vás, zvolte PIN IT! Týmto tlačidlom uložíte obrázok na vašu nástenku.

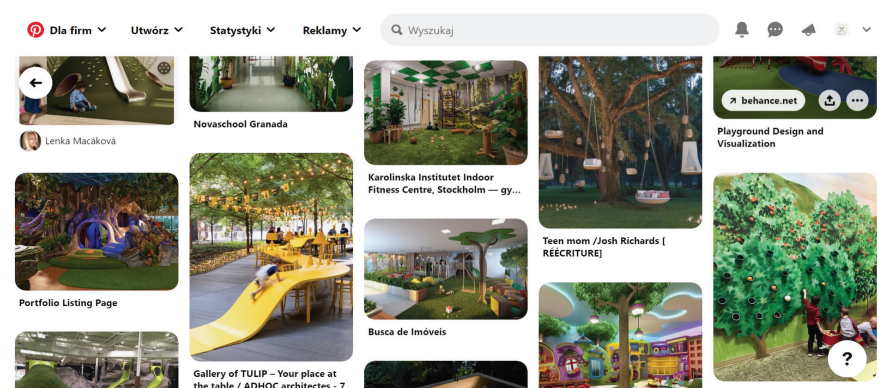


Kliknite na šípku vedľa červeného tlačidla Uložiť – pri šípke uvidíte svoje existujúce nástenky, alebo môžete zvoliť možnosť + vytvoriť nástenku.



Teraz môžete pomenovať svoju prvú nástenku ako MOODBOARD

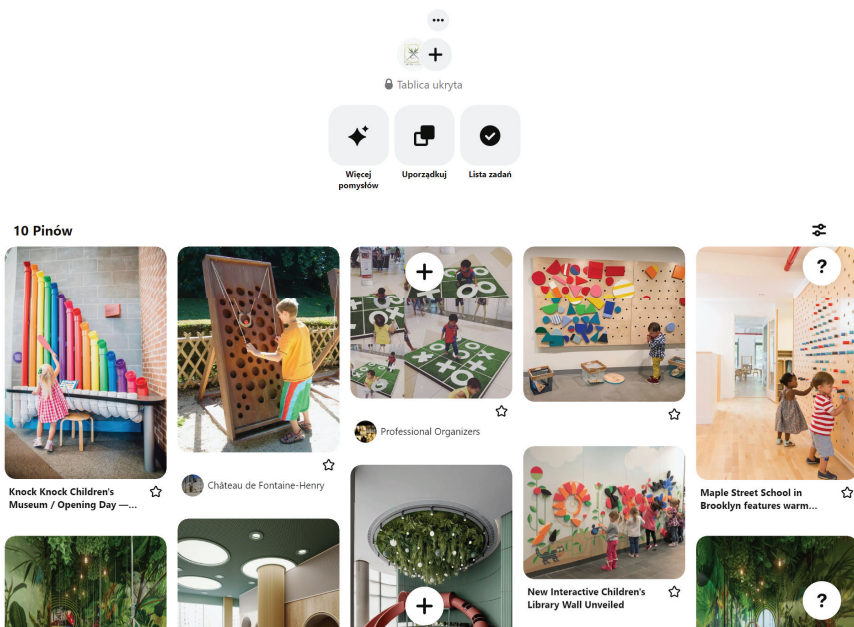
Výborne! Prvý krok je za nami, tu však nekončíme, hľadajte a ukladajte ďalšie obrázky na vašu nástenku. Na každú nástenku sa vojde až 100 000 pinov. Pokiaľ pri tvorení označíte možnosť Tajná, tak vašu nástenku uvidíte len vy. Akonáhle nie je nástenka prázdna, skrolovaním na stránke smerom dole môžete nájsť množstvo ďalšej inšpirácie.



Pinterest je skrátka úžasné miesto pre usporiadanie vašich nápadov.



MOODBOARD Plac Zabaw



Keď je nástenka hotová, môžete si prezrieť finálne zvolené nápady, nadchnúť sa nástenkami ostatných a uvedomiť si, že nič nestojí v ceste ani tomu, aby si niekto jedného dňa takto uložil váš nápad.

2. Navrhnutie prvkov vizuálnej komunikácie – 110 min.

Čo vlastne znamená pojem „vizuálna komunikácia“? Je to komunikovanie s príjemcom prostredníctvom obrazotvornosti a zdieľania informácií vo vizuálnej podobe. Je to odbor, ktorý má mnoho spoločného s grafickým dizajnom. Zároveň je to odbor, ktorý sa veľmi rýchlo vyvíja, využíva nové médiá a nástroje.

V rámci aktivity vytvoríme jednoduchý vizuál s názvom, alebo logotyp a banner, ktorý bude zároveň slúžiť ako infografika.

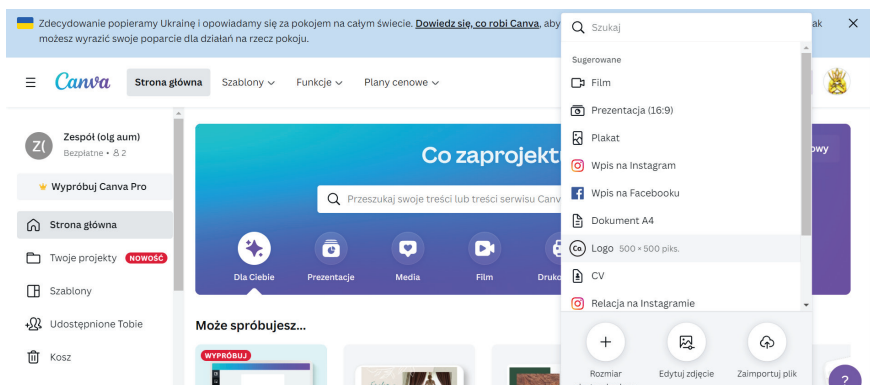
Existuje celá rada rôznych návrhových nástrojov, viac či menej komplikovaných, platených i voľne dostupných.

My využijeme veľmi populárny nástroj, ktorý umožňuje pripravovať rôznorodé grafické prvky a má verziu, ktorá je k dispozícii zadarmo – hovoríme o platforme **CANVA**.

Aby sme začali tvoriť jednoduché vizuály v programe Canva, založíme si na portáli účet zadarmo. Môžeme pritom Canvu naviazať na už existujúci účet na Facebooku, Google alebo sa zaregistrovať prostredníctvom e-mailu, to všetko na stránke: www.canva.com.

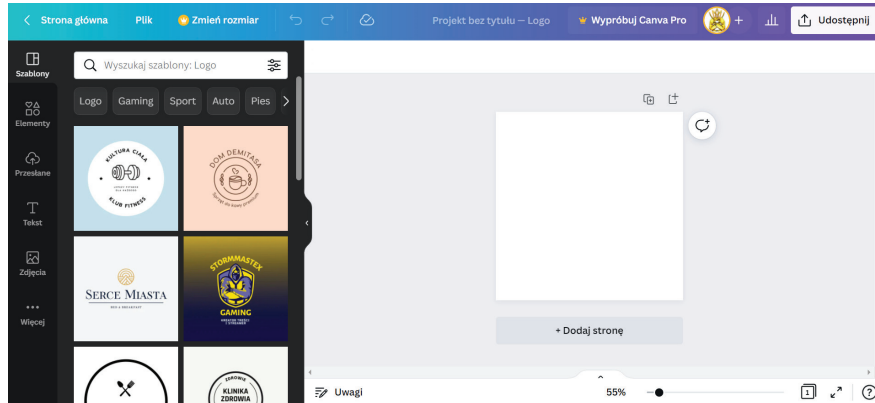


Keď máme prístup k platforme, klikneme na tlačidlo Vytvoriť návrh, na fialovom pozadí a z rolovacej lišty vyberieme možnosť LOGO.





Takto by mala vyzerat obrazovka pred tym, nez zacneme logo vytvarat:

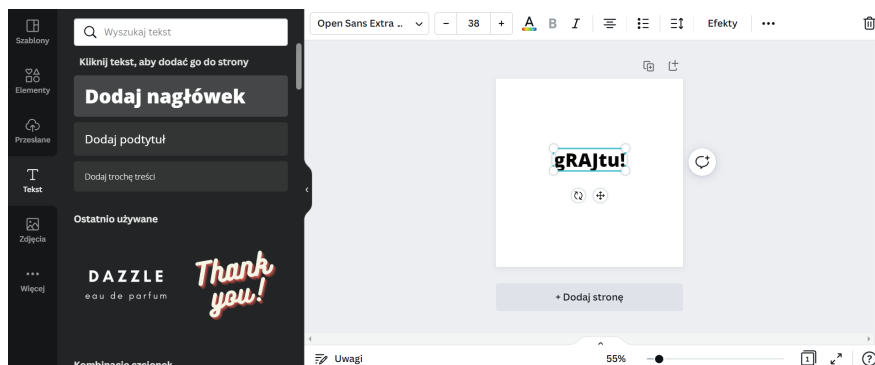


Predtym, ako zacneme s navrhom, je dobre nakreslit si ručne pár návrhov, napísať názov a nakresliť si k nemu jednoduché znaky a symboly. V tejto aktivite nám ako inšpirácia poslúži MOODBOARD z prvej časti.

Pokiaľ už máme pripravený názov a víziu, začneme navrhovať.

Keď naviažeme na príklad s detským ihriskom, môžeme sa pokúsiť vytvoriť logo k slovnej prešmyčke hRAJtu – deti sa na ihrisku hrajú, teda je ihrisko pre nich ako raj. Vy si podobnú slovnú prešmyčku môžete nájsť pre svoj nápad.

Na pravej strane panelu nájdite možnosť Text – Pridať nadpis a kliknite naň!



Teraz môžeme upraviť farby, druh písma aj jeho veľkosť, pridávať rôzne elementy a efekty. Opäť všetko závisí na našej inšpirácii. Je ale dobré vziať v úvah aj niekoľko pravidiel týkajúcich sa návrhu loga:

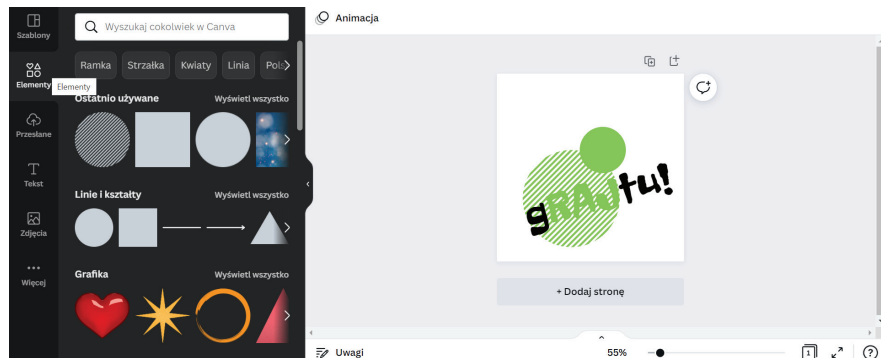
Správa, ktorú chceme podať, musí byť jasná – názov a logo musia byť čitateľné pre príjemcu, musia správne naznačiť to, s čím si má príjemca logo asociovať.

Jednoduchosť – logo nesmie byť komplikované, dobrý dizajn je jednoduchý dizajn. Berte v úvah, že logo sa často používa vo veľmi malom formáte, takže čím menej detailov, tým lepšie!

Znak alebo symbol musí byť univerzálny. Predstavte si, že sa váš vizuál zrazu využíva v mnohých formách – v papierovej podobe, ako pečiatka, billboard, reklama na internete, tričko, reklamné predmety a pod. Nenavrhuje nič len pre jeden spôsob využitia, logo sa musí vedieť prispôbiť!

Predovšetkým musí byť vizuál dobre zapamätateľný. Predsa len žijeme v dobe, kedy deti nevedia rozpoznať, z akého stromu pochádza spadnutý list na zemi, ale vedia vymenovať desiatky značiek podľa ich loga. Zapamätateľnosť sa však nerovná len použitiu množstva výrazných farieb.

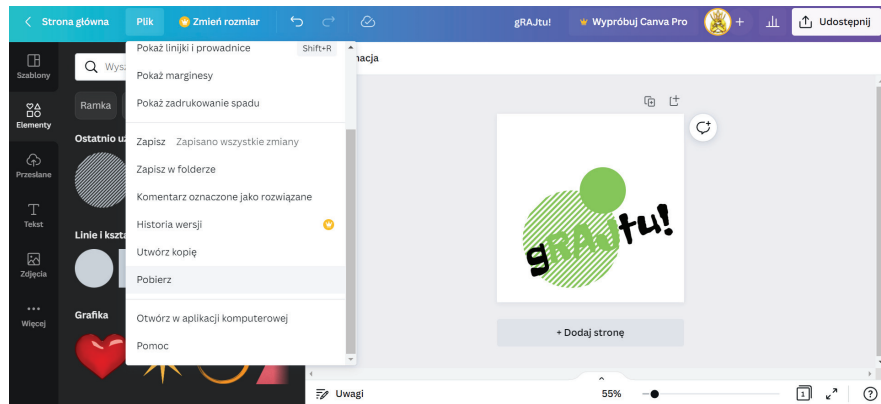
Akonáhle ste spokojní s návrhom vášho textu, je čas na ďalší krok. Na paneli na pravej strane je záložka Elementy. Vyberte si element, ktorý sa vám do návrhu hodí, dajte si však u neplatenej verzie pozor na využívanie prvkov s korunkou, tie sú prístupné bez vodoznaku len platiacim užívateľom.



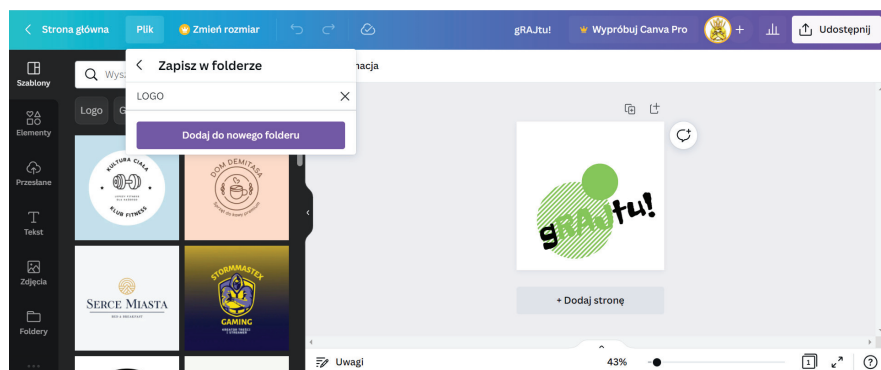
Logo z príkladu vypadá nasledovne, je odvodené z MOODBOARDU. Prijemca z neho môže vyčítať, že informuje o zábave blízko prírody, symbol raja nadväzuje na nevinnú detskú hravosť a radosť z objavovania. Slovná hračka je zvýraznená voľbou farieb.

Výsledné logo je hravé, dynamické a cool, rovnako ako miesto, ktoré označuje.

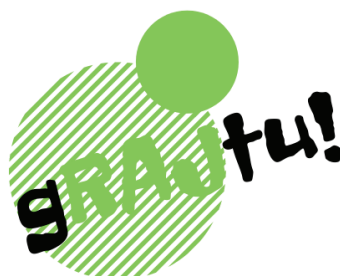
Pri kliknutí v pravom hornom rohu na Zdieľať> Stiahnuť si môžeme naše logo uložiť. Pozor, v bezplatnej verzii logo nemôžeme stiahnuť v priehľadnom variante.



Vizuál môžete taktiež uložiť priamo v Canve, pokiaľ ho uložíte do zložky, budete ho môcť použiť pri vytváraní ďalších projektov.

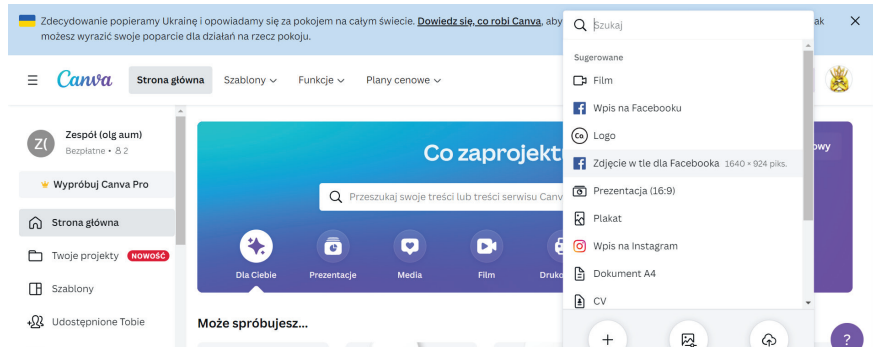


Naše logo je pripravené k zdieľaniu!

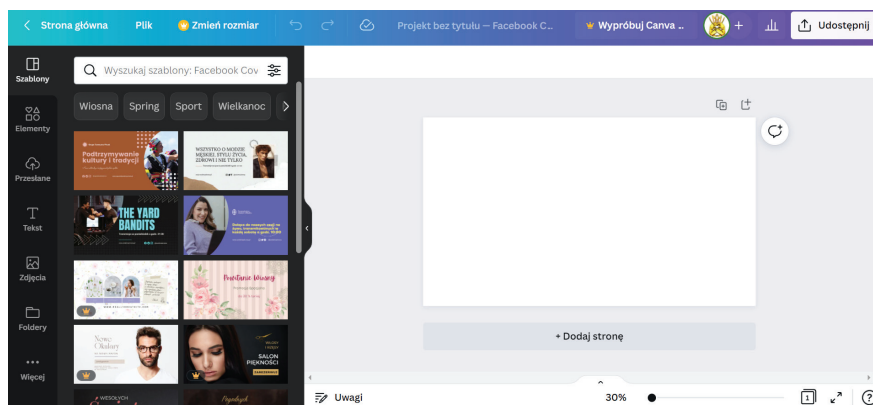




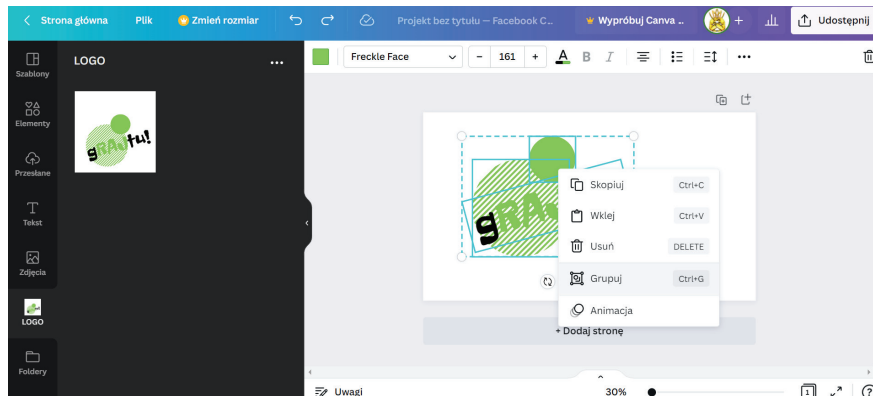
Na platforme Canva opäť zvolíme možnosť Vytvoriť návrh a vyberieme možnosť Úvodná fotka na Facebooku.



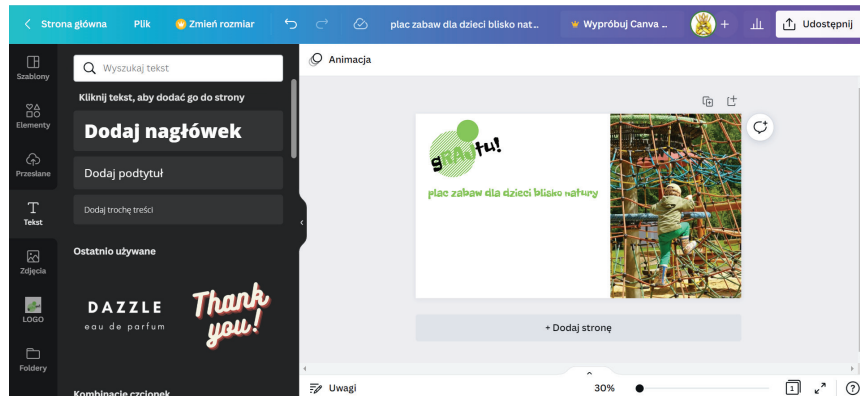
Naša obrazovka by mala vypadáť takto:



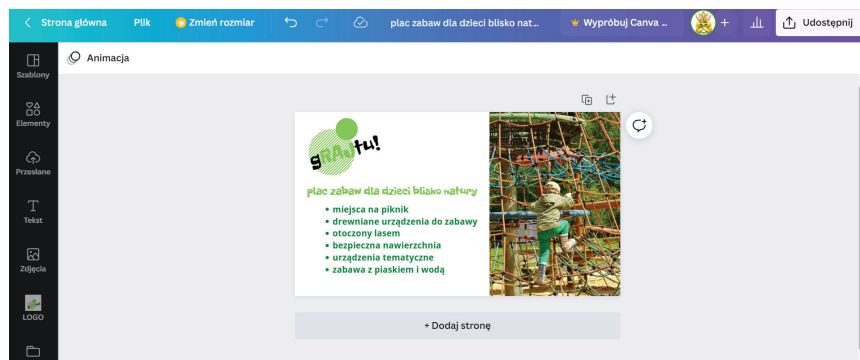
Pridajte svoje logo. Pokiaľ ste ešte jeho jednotlivé časti/vrstvy nezoskupili k sebe, je najvyšší čas to urobiť. Pomocou zoskupenia jednotlivých objektov, z ktorých logo pozostáva, bude jednoduchšie ho preniesť ako jeden objekt. Aby ste časti loga zoskupili do jedného celku, kliknite na neho pravým tlačidlom myši a zvolte možnosť ZOSKUPIŤ.



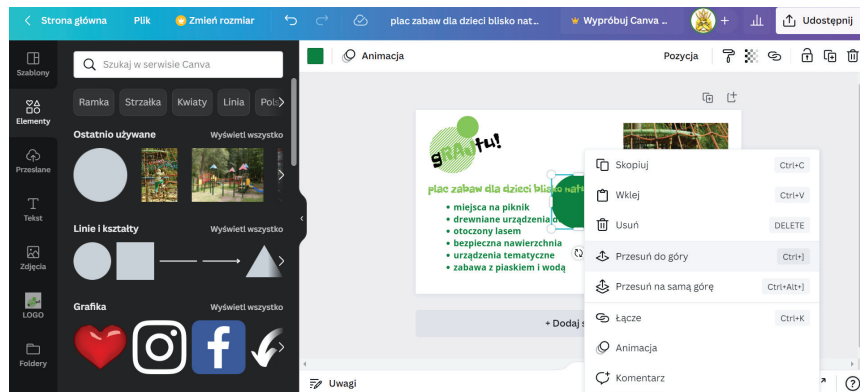
Vložené logo zmenšíte tak, aby sa na infografiku vošiel aj zbytok informácií. Môžete vybrať pozadie vášho banneru či pridať do pozadia fotografiu – opäť používajte len obrázky a prvky bez korunky v bezplatnej verzii. Pridajte informatívny text a pamätajte na zásadu: “čím menej, tým lepšie”. Môžete taktiež pridať motto.



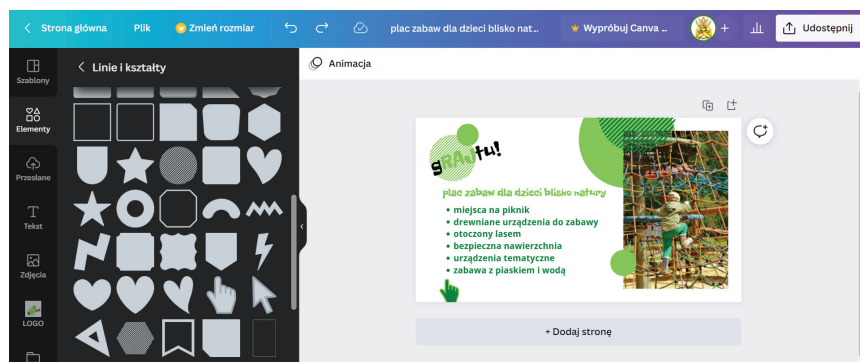
Pridajte viac podstatných informácií, ktoré si získajú pozornosť príjemcov a priblížia im zvolený projekt alebo značku.



Môžete pridať grafické elementy, ktoré budú opakovať motívy z logotypu tak, aby použité fotografie nepôsobili nudne. Zvolené objekty je možné presúvať vo vrstvách nahor a nadol.



Po pridaní dekoratívnych prvkov môže banner vyzeráť nejakú takto:



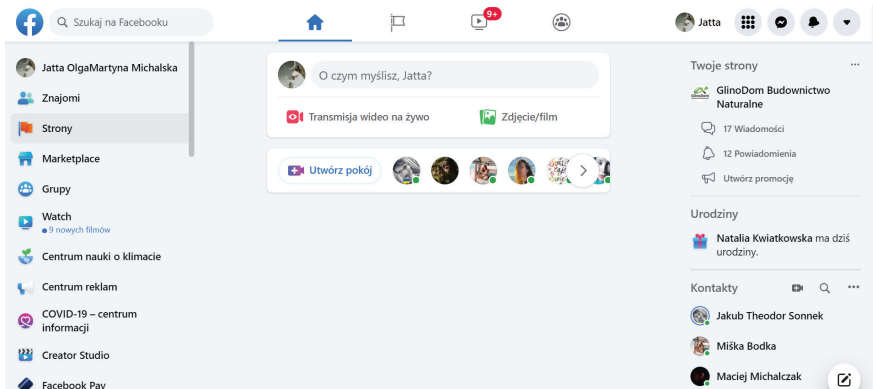
Pamätajte, aby ste to s množstvom elementov neprehnali a aby grafika ostala čitateľná.



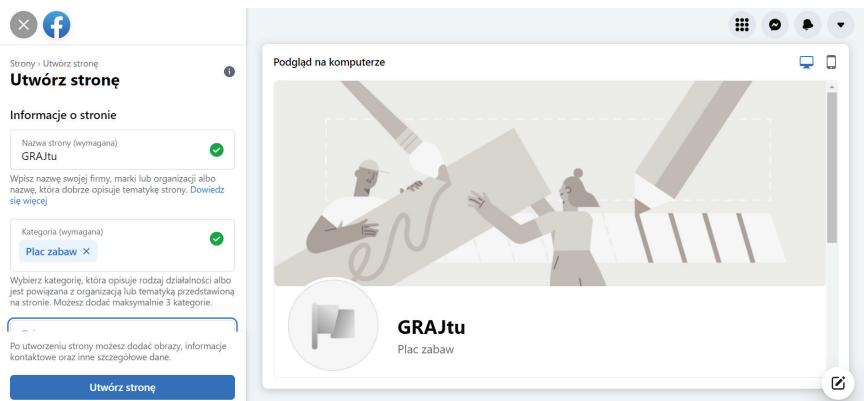
3. Použitie nových vizuálov na sociálnych sieťach – 40 min.

Poslednou časťou bloku je vytvorenie stránky na sociálnej sieti Facebook, tak aby náš projekt mohol zaujať potenciálnych odberateľov a sledovateľov. Za týmto účelom si založíme profil na Facebooku alebo sa naň prihlásime: www.facebook.com

Na ľavej strane zvolíme možnosť Stránky – Vytvoriť novou stránku.

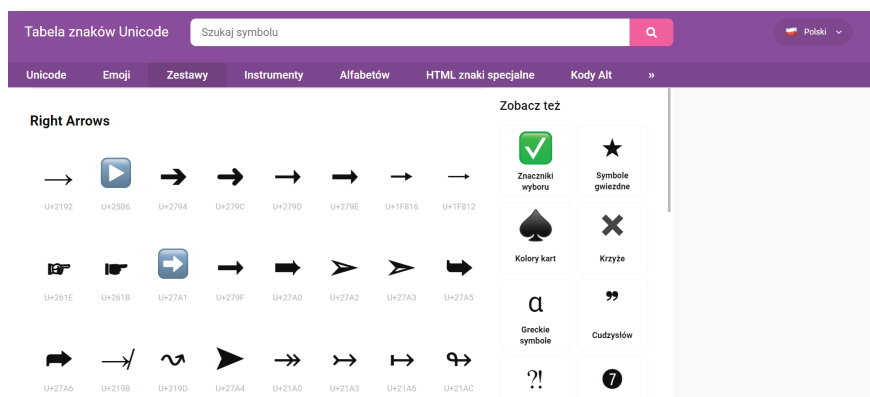


Napišeme názov našej stránky, krátky popis a zvolíme, do akej kategórie náš projekt spadá.



Popis svojej stránky môžete zatriktívniť využitím ikon zo stránky so znakmi Unicode: <https://unicode-table.com>

Nájdete tu bohatý výber symbolov a znakov, ktoré môžete do popisu vložiť.

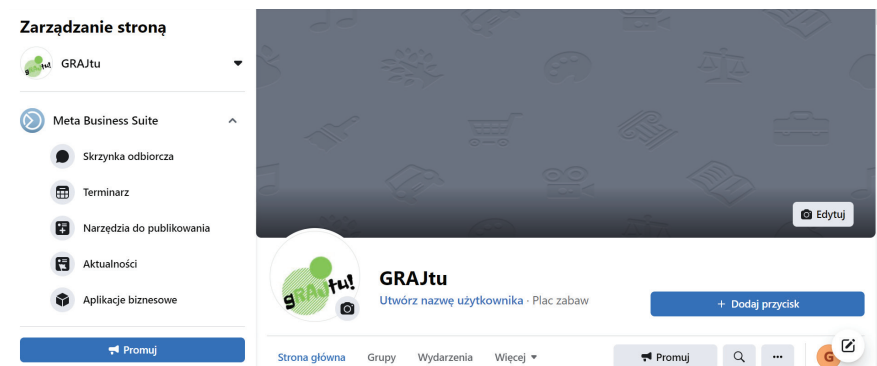




Text môžete vylepšiť taktiež prostredníctvom textového editoru: <https://yaytext.com/>



Po vytvorení novej stránky pridáme naše logo ako profilovú fotku.



Ako titulnú fotku potom nastavíme našu infografiku.



A stránka je hotová! Teraz už viete pri použití vyššie zmienенých nástrojov tvoriť ďalší obsah a zdieľať ho na svojej stránke! Určite ste odvedli dobrú prácu a pokiaľ nie ste s prvým pokusom spokojní, nezabudnite, že čím viac pokusov či chýb urobíte, tým lepší výsledok môžete dosiahnuť!





Úvod do motivácie mladých ľudí



Ciele bloku

- porozumieť rozdielom medzi vnútornou a vonkajšou motiváciou
- poznať základné motivačné faktory
- zoznámiť sa s požívaním predpokladov motivácie
- vedieť aplikovať predpoklady motivácie pri tvorbe aktivít
- aplikovať Maslowovu pyramídu potrieb pri tvorbe a realizácii aktivít pre mladých ľudí k podpore motivácie a kreativity

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa, markery, postity, vystrihnuté rybičky, kancelársky papier, kartón, papierová páska, roľky z toaletného papiera, perá, notesy, ...

Dĺžka v minútach

200 min.

Zhrnutie

1. Úvod do motivácie – 40 min.
2. Predpoklady motivácie – 60 min.
3. Maslowova pyramída a rybičky – 80 min.
4. Model procesu motivácie – 20 min.

Inštrukcie

1. Úvod do motivácie (brainstorming) – 40 min.

V úvode brainstormingu školiteľ rozdelí flipchartový papier na 2 stĺpce. Do 1. stĺpca napíše nadpis: „Som motivovaný/á“. Do 2. stĺpca napíše nadpis: „Nie som motivovaný/á“. Následne výzve účastníkov, aby zdieľali svoje myšlienky o tom, kedy sa cítia byť motivovaní. Počas toho, ako účastníci hovoria, školiteľ ich myšlienky zapisuje na papier do 1. stĺpca. Keď už účastníci nemajú čo dodať, výzve ich, aby povedali, kedy sa necítia byť motivovaní. Ich myšlienky zapíše do 2. stĺpca.

Z uvedených pomenovaných výstupov školiteľ farebne označí, ktoré pomenované motivácie/demotivácie nesú charakter VNÚTORNÝCH, a ktoré predstavujú VONKAJŠIE motivačné faktory. Následne rozdá účastníkom maličkú postitu nastrihanú na pásiky v 5 farbách. 1. farba bude vyjadrovať „ÚSPEŠNOSŤ“, 2. farba „UZNANIE“, 3. farba „ZAUJÍMAVOSŤ“, 4. farba „ZODPOVEDNOSŤ“ a 5. farba „POSTUP“. Uvedené názvy napíše aj na flipchartový papier, aby bolo účastníkom jasné, ktorá farba čo znamená. Účastníci môžu pristúpiť k papieru s pomenovanými motivačnými/demotivačnými faktormi, postity danej farby môžu nalepiť k slovu, ktoré podľa nich vyjadruje farba postitu.

Po nalepení všetkých postitov, ktoré účastníci chceli nalepiť, školiteľ povie, že uvedených 5 faktorov sú základne motivátory podľa Herzberga.

2. Predpoklady motivácie – 60 min.

Na to, aby sa účastník zapojil do aktivity, je potrebné splniť tri predpoklady zapojenia sa:

- orientácia (chápem, rozumiem)
- motivácia (chcem)
- schopnosti (dokážem)

Školiteľ tieto tri predpoklady napíše na flipchart a rozdelí účastníkov do dvoch skupín.

Zadanie úlohy je rovnaké pre obe skupiny, každá je však zameraná na inú cieľovú skupinu: Ste dvojica (alebo trojica) pracovníkov s mládežou, ktorá má pripraviť aktivitu pre 20 ľudí. Aktivita





má trvať cca 45 minút. Jedná sa o aktivitu v oblasti kreatívneho priemyslu, ktorej cieľom je budovanie tímu a zároveň využitie kreativity a originality. Je na vás, ako bude aktivita prebiehať, do akých skupín účastníkov rozdelíte a aké im dáte pomôcky. Pri vymýšľaní aktivity berte ohľad na predpoklady zapojenia sa do aktivity (uvedené na flipcharte). Na prípravu aktivity máte 25 minút. Aktivitu odprezentujete v podobe 3 minútovej prezentácie vrátane odpovedí na otázky, čo je potrebné na to, aby vaši účastníci chápali, čo majú robiť, chceli a dokázali aktivitu vykonať. Spôsob prezentácie si zvolíte sami.

Cieľové skupiny sú nasledovné:

- skupina – deti vo veku 8 – 12 rokov
- skupina – mládež vo veku 13 – 16 rokov

Po prezentáciách oboch skupín prebehne krátke zhodnotenie formou podávania spätnej väzby. V prvom kole budú členovia prvej skupiny hodnotiť prezentáciu druhej skupiny a následne naopak, pričom sa zamerajú na splnenie predpokladov zapojenia do aktivít. V druhom kole sa každá skupina krátko vyjadrí k tomu, ako sa im na zadaní v ich skupine pracovalo.

3. Maslowova pyramída a rybičky – 80 min.

Školiteľ rozdelí skupinu na dve náhodne podskupinky. Úlohou účastníkov je podľa dostupného, obmedzeného materiálu od školiteľa (fixky, kus pásky, loptička, par špagátov) pripraviť si rybárske náčinie na chytenie rýb v čase limite 20 minút. Po uplynutí daných 20 minút školiteľ odštartuje účastníkov so zadaním, aby v čo najkratšom čase vyzbierali rybník. Do rybníka pritom nemôžu vstúpiť. V rybníku sú 3 farby rýb – modré za 1 bod, červené za 3 body a žlté za 7 bodov. Školiteľ zadanie nezdôrazňuje a na záver vedie aktivitu k tímovej práci a motivácii, súťaživosti a kreativite.

Otázky, na záver aktivity:

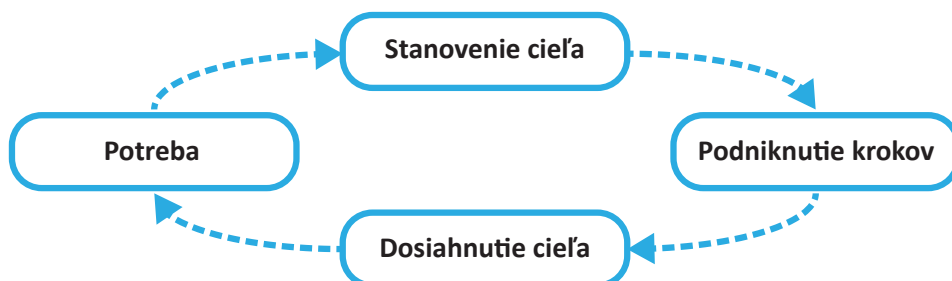
- Dodržiavali ste zadanie alebo ste sa snažili ako tím získať čo najviac bodov?
- Sústredili ste sa na výrobu alebo na inštrukcie školiteľa?
- Mali ste v skupine lídra, ktorý to viedol?
- Zapájali ste sa všetci?
- Motivovali ste sa navzájom? Ak áno ako?
- Boli naplnené vaše potreby ?
- Ako zabezpečíte, že sú naplnené biologické potreby účastníkov?
- Ako im zabezpečíte pocit bezpečia?
- Ktorá zo spoločenských potrieb by mala byť naplnená v tejto konkrétnej aktivite?
- Ako by ste naplnili potrebu uznania?
- Ako by ste naplnili potrebu sebarealizácie?

Na záver aktivity školiteľ predstaví jednu z najznámejších teórií potrieb, ktorou je teória od A. Maslowa, tzv. Maslowova pyramída potrieb. Tá vychádza z ľudských potrieb a ich uspokojenia, pričom potreby sa chápu ako kľúčový bod motivácie. Školiteľ účastníkom premietne na flipcharte Maslowovu pyramídu s krátkym vysvetlením. Účastníkov vzdelávania motivuje, aby mysleli aj na potreby účastníkov, keď sa ich snažia motivovať.

4. Model procesu motivácie – 20 min.

Po predstavení potrieb školiteľ zhrnie model procesu motivácie.

Model procesu motivácie súvisí s potrebami. Potreby vytvárajú želania, pomocou ktorých chceme niečo získať, dosiahnuť. V druhom kroku si stanovíme ciele, ktoré by sme chceli dosiahnuť. Ak máme stanovené ciele, volíme cestu, kroky, spôsoby správania. Keď dosiahneme cieľ, ktorý sme si na začiatku vytýčili, potreba sa stane uspokojenou, potom je pravdepodobné, že správanie, ktoré viedlo k cieľu sa zopakuje v prípade, že sa objaví podobná potreba.





Investigácia – Kritické myslenie v praxi



Ciele bloku

- vyhľadávať spoľahlivé zdroje a dokázať kriticky analyzovať obsah
- rozvíjať vedomosti v súlade so zásadami kritického myslenia
- zvyšovať povedomie o stereotypoch a predsudkoch s cieľom posilniť postavenie mládeže

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa
- fixky (rôznych farieb)
- perá
- papier A4
- vytlačený príbeh (jeden na 2 osoby)
- pripravený papier s charakteristikami hlavných aktérov z príbehu
- vytlačené materiály z Facebooku, novín atď. pre druhé kolo aktivity 1
- hracia kocka s otázkami podľa aktivity 2

Dĺžka v minútach

130 min.

Zhrnutie

1. Kto je vrah – 90 min.
2. Hracia kocka – 6 slovies – 40 min.

Inštrukcie

1. Kto je vrah – 90 min.

Na úvod rozdeľte skupinu do malých tímov. Ak máte čas, môžete dať skupinám čas na to, aby vymysleli pre svoj tím názov. Ďalej na flipchart napíšte názov každého tímu a rozdeľte ho na dve úrovne a dve možnosti, ktoré budú účastníci počas hry robiť (vysvetlené nižšie). Hra je dvojúrovňová. Najprv si účastníci musia prečítať príbeh o vražde. Potom tréner prečíta karty o hlavnej postave a potenciálnych podozrivých z príbehu. Ako skupina musia diskutovať a vybrať:

- jednu kartu – potenciálneho vraha
- jednu kartu – nevinnú osobu

Každá skupina musí vybrať jednu osobu, ktorá predstaví rozhodnutie skupiny a vysvetlí prečo tak rozhodli.

Vy ako facilitátor napíšte na papier rozhodnutie každej skupiny o potenciálnom vrahovi a nevinnnej osobe. V závislosti od času, ktorý máte k dispozícii, môžete začať diskusiu so skupinou tak, že sa účastníkov opýtate na ich názor. Ako facilitátor však musíte pamätať na to, že hra má druhú úroveň.

Druhá úroveň. Účastníkom musíte rozdať materiály z rôznych novín alebo vytlačiť printscreen z Facebookovej stránky. Môžete použiť veľmi populárne noviny, ako napríklad BBC atď. Najskôr musíte pripraviť materiály a skombinovať ich s jednotlivými vlastnosťami, aby sa ľudia zamysleli. Hlavným cieľom je, aby sa účastníci rozhodli, či chcú nasledovať niektoré správy. Vzorové materiály sú súčasťou tohto opisu.

Po obdržaní druhej časti materiálov si účastníci musia prečítať mediálne materiály o vražde a opäť musia diskutovať a vybrať:



- jednu kartu – potenciálneho vraha
- jednu kartu – nevinnú osobu

Každá skupina si musí vybrať jednu osobu, ktorá predstaví rozhodnutie skupiny a vysvetlí prečo sa tak rozhodli.

Vy, ako facilitátor, musíte opäť napísať rozhodnutie každej skupiny o potenciálnom vrahovi a nevinnom človeku na papier. Použite rôzne farby, aby ste ukázali, ako alebo či zmenili svoj názor po získaní informácií z médií.

Diskutujte o ich voľbách.

Na záver musíte predložiť policajnú správu o vražde. Je na vás ako na prezentujúcom, aby ste rozhodli o tom, aký bude koniec, kto je "vrahom". Odporúčame vám pripraviť správu, ktorá indikuje, že Jade spáchala samovraždu (môžete nájsť aj iné vysvetlenia).

Prehľad

Po skončení hry požiadajte účastníkov, aby sa posadili do kruhu a začnite s hodnotiacou časťou. Položte im otázky a sledujte ich odpovede. Musíte byť flexibilní (nie je potrebné prejsť všetky otázky).

- Ako ste sa cítili?
- Ako ste sa cítili počas aktivity, aké boli jej hlavné body, najzaujímavejšie časti? (pre každú skupinu)
- Aký mali vaše životné skúsenosti vplyv na realitu, ktorú ste si vytvárali o príbehu?
- Aké boli výzvy v hre? (napíšte zoznam)
- Čo by vám mohlo pomôcť lepšie sa vyrovnáť s týmito výzvami?
- S akými podobnými stereotypmi alebo predsudkami ste sa vo svojom živote stretli?
- Ako ste ich prekonali?
- Čo vám môže pomôcť efektívnejšie sa vyhýbať falošným správam?

Zhrnutie

Pripravte si flipchartovú prezentáciu o prvkoch kritického myslenia (odkaz je uvedený nižšie). Neskôr môžete nájsť aj nejaké zábavné video o kritickom myslení a pridať ho do prezentácie ako myšlienku na záver.

2. Hracia kocka – 6 slovies – 40 min.

Herná kocka má na svojich stranách podnety (6 slovies), aby sa účastník zamyslel nad témou: opísať, porovnať, priradiť, analyzovať, použiť, argumentovať pre a proti.

Účastníci by mali písať podľa vybranej výzvy na danú tému. Časový limit je 2-4 minúty. Všetky strany kocky musia byť otočené. Účastník tak vytvára hypotézy, hľadá reálne aplikácie pre danú tému, formuluje myšlienky, poznatky, rozdeľuje tému na podtémy.



Prílohy

Príloha:

<https://www.google.com/amp/s/www.psychologytoday.com/intl/blog/memory-medic/201710/how-learn-critical-thinking%3famp>

https://youtu.be/FMt_RIR_JHo

<https://www.verywellmind.com/cognitive-biases-distort-thinking-2794763>

HISTÓRIA

Svadba Jade a Onura

Onur Silivriogullari je pekný, tmavovlasý, 28-ročný muž z dediny Silivri, ktorá je súčasťou Istanbulu, Turecka. Je to slušný chlap, ktorý pracuje ako strojný inžinier v malej spoločnosti v Silivri. Rodina Silivriogullari je silná feudálna podnikateľská rodina v Silivri. Rodina Onura je rešpektovaná celým mestom a európskou časťou Istanbulu. Rodina Silivriogullari je veľmi konzervatívna turecká rodina.

V roku 2010, keď Onur študoval inžinierstvo na Istanbulskej univerzite, mal možnosť ísť na celý rok študovať na Kalifornskú univerzitu v Spojených štátoch. Spočiatku sa Onur cítil v Kalifornii osamelý a znepokojený. Bolo pre neho ťažké prispôbiť sa životu na univerzite, v ktorej bola spoločnosť iná ako on. V jedno daždivé popoludnie sa Onur vybral do neďalekej kaviarne, aby strávil nejaký čas čítaním knihy. Keď vošiel dovnútra, privítala ho veľmi krásna žena. Mala okolo dvadsať rokov a pracovala v kaviarni, ktorú vlastnil jej otec. Predstavila sa ako Jade. Bola to láska na prvý pohľad. Odvtedy Onur navštevoval túto kaviareň každý deň. Jedného dňa nabral odvahu a pozval Jade na rande. Odvtedy spolu trávili nekonečné noci a rozprávali sa o všetkom možnom. Hoci Onur bol moslim a Jade praktizujúca katolíčka, nevníмали to ako prekážku svojho vzťahu. Ich rodiny však áno.

Po skončení roka sa Onur vrátil do svojej krajiny, ale s Jade sa rozhodli, že zostanú v kontakte a časom naplánujú svadbu. Onurovi rodičia z toho neboli nadšení. Mali totiž v pláne Onura oženiť s dcérou Šovrana, starostu mesta Silivri. Takmer celé mesto Silivri sa tešilo na túto významnú svadbu. Divili sa, prečo sa ešte neuskutočnila. Starosta Silivri sa domnieval, že tento sobáš je potrebný preto, aby vyhral nadchádzajúce voľby. S Onurovou rodinou na svojej strane by mal oveľa väčšiu šancu vyhrať. V opačnom prípade by sa mohol vystaviť vážnym fámam o korupcii. Napriek tomu sa svadobné plány Jade a Onura neprešli. Boli do seba až po uši zamilovaní. Jade a Onur si stanovili dátum svadby: 26. augusta 2017 v hoteli Otel v Silivri.

Na druhej strane, Jadeina rodina boli zarytí katolíci. Tí tiež so svadbou nesúhlasili. Nechceli, aby sa ich dcéra vydala za niekoho iného ako katolíka. Podľa nich je táto svadba hriechom a bude zle vplývať na vzťahy ich rodiny v meste a v podnikaní. Jadeina matka je tak veľmi proti svadbe, že sa rozhodla nezúčastniť sa jej. Namiesto toho sa Jadeinej tete Becky, ktorá trpí schizofréniou, nejako podarí dostať na svadbu Onura a Jade v Silivri.

Týždeň pred svadbou odišla Jade do Silivri. Pridali sa k nej niektorí členovia jej rodiny. Dňa 26. augusta, v rozpore s očakávaniami všetkých, svadba prebehla bez problémov. Jade a Onur prišli na miesto svadby a našli tam množstvo ľudí, ktorí ich tam s očakávaním vyčkávali a povzbudzovali ich. Zamestnanci hotela vyzdobili bazénový priestor do najmenších detailov. Personál sa k nim správal veľmi milo a pomohol im so všetkými prianiami. Novomanželský pár na pódiu privítali ohňostrojom, zatiaľ čo tancovali svoj prvý tanec na pieseň "Time of my Life", ktorá hrala, keď sa spolu prvýkrát stretli v kaviarni v Kalifornii. Išlo len o civilnú svadbu, nie náboženskú. Onurov otec však pozval imáma zo Silivri v nádeji, že Onur si to rozmyslí a bude súhlasiť aj s náboženským sobášom s Jade. To sa však nestalo a imám bol ešte viac nahnevaný, keď videl, že na svadbe sa zúčastňuje aj homosexuálny pár. Zrazu imám spolu s asi 15 ľuďmi, ktorí ho nasledovali, náhle odišiel zo svadby.

Okolo 23:00 vypukol chaos. Do bazéna spadlo dvojročné batola, ktoré sa spokojne plazilo po okraji bazéna. Väčšina ľudí spanikárila, dvaja ľudia skočili do vody, aby ho zachránili, zatiaľ čo ostatní so zvedavosťou pozerali, či je dieťa v poriadku. Dieťa zachránil jeho strýko, ktorý ho potom prikryl suchým uterákom, aby neprechladlo. V tom čase sa ozval hlasný výkrik.

Prílohy



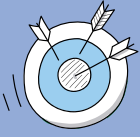
Príloha:

Všetci zamrzli na svojich miestach. Hudba utíchla a v očiach všetkých hostí sa objavil strach. Jade, ktorá bola s tetou v kúpeľni, našli mŕtvu.

- + TLAČOVÉ MATERIÁLY
- + CHARAKTERISTIKA IMÁMA, STAROSTU SILIVRI, BECKY, NEZNÁMEHO ČLOVEKA, NAJLEPŠIEHO PRIATEĽA JADE



Typy osobnosti



Ciele bloku

- spoznať, aké existujú v skupinovej práci typy osobnosti/rolí
- analyzovať vlastné silné a slabé stránky ako člena tímu
- uplatniť poznatky na zlepšenie skupinovej práce zvýšením povedomia účastníkov



Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

- vytlačené testy pre každého (na papieri formátu A4)
- multimediálna prezentácia s popisom typov osobnosti
- farebné papiere
- perá
- fixky
- pastelky/hlina na modelovanie/ceruzky/farebné vystrihovačky (vystrihnuté obrázky)
- flipcharty



Dĺžka v minútach

120 min.



Zhrnutie

1. Belbinov test s diskusiou – 60 min.
2. 9 osobností v skupine – 60 min.



Inštrukcie

1. Belbinov test – 60 min.

Účastníci absolvujú vopred pripravený test spolu s nasledovnou diskusiou o ňom. Na záver si spočítajú body a podľa výsledkov sa priradia k jednému z typov osobnosti v skupine. Tréner pripraví na podlahu lístky s názvami všetkých typov. Účastníci sa môžu postaviť k lístočke typu, ktorý na nich najviac sedí, a následne osloviť účastníkov ostatných typov, ktoré naši v teste.

2. 9 osobností v skupine – 60 min.

Tréner rozdelí účastníkov do skupín a rozdá im flipcharty s potrebnými materiálmi. Účastníci majú za úlohu popísať jednotlivé typy osobnosti. Každý typ osobnosti má byť opísaný na samostatnom papieri. Účastníci môžu využiť na vyhľadanie ďalších informácií aj internet - základné informácie im rozdá tréner.

Poznámka: Najlepšie je rozdeliť účastníkov podľa toho, kde stoja, ale ak stojí pri jednej karte príliš veľa ľudí, účastníkov možno rozdeliť tak, aby na jednotlivých typoch osobnosti robil rovnaký počet ľudí.

Ak pri určitom type nikto nestojí, je vhodné pridať vypracovanie daného typu už existujúcej skupine.

V závislosti od materiálu, ktorý môžu účastníci využiť, nakreslia svoj priradený typ osobnosti na flipchart, pričom popíšu jeho silné a slabé stránky.

Poznámka: Ak sú skupiny aktívne, môžete ich tiež požiadať, aby vytvorili krátku divadelnú scénu, ktorá ukáže ich tímovú rolu priamo v akcii.

Potom účastníci predstavia svoje kresby a opíšu svoje osobnostné typy (môže byť aj divadelná scéna). Účastníci, ako aj tréner, môžu klásať otázky.

Tréner po diskusii odloží vytvorené kresby a vyzve účastníkov, aby na základe vlastného uváženia povedali, k akému typu osobnosti v skupine najviac inklinujú. Nemajú tak však ko-

nať na základe výsledkov testu, ale na základe vlastného vnímania svojich silných a slabých stránok.

Záverečná diskusia:

- Páčila sa vám táto aktivita? Prečo?
- Ktorá časť aktivity bola pre vás najviac poučná a prečo?
- Je dôležité poznať jednotlivé typy osobnosti v skupine? Čo sa môžeme naučiť?
- Ako môžeme využiť získané vedomosti?
- Zmenia tieto poznatky niečo v našom živote?





Prílohy

Príloha 1: Belbinov test

Podľa inštrukcií vypísaných nižšie, vyplňte dotazník:

1. Dotazník má celkovo sedem sekcií označených rímskymi číslicami. V každej sekcií si môžete vybrať z desiatich ponúkaných výrokov. Vyberte vždy tie, ktoré vás najlepšie vystihujú. Môžete si vybrať jeden, dva, alebo aj viac výrokov. Tieto následne ohodnoťte tak, že rozdelíte medzi nich vždy desať bodov.
2. Zadajte svoje odpovede do bodovacej tabuľky .

I. Čím môžem, podľa môjho názoru, byť v tíme prospešný:

- a) Myslím, že si dokážem rýchle všimnúť nové príležitosti a včas ich využiť.
- b) Moje názory na všeobecné ale aj špeciálne otázky sú dobre prijímané.
- c) Môžem dobre spolupracovať s veľmi širokým okruhom ľudí.
- d) Veľmi ľahko a prirodzene prichádzam na nové myšlienky a nápady.
- e) Dokážem vyhecovať ľudí k činnosti, keď zistím, že môžu niečím cenným prispieť k skupinovým cieľom.
- f) Úlohy, ktoré som prijal, doťahujem so spoľahlivosťou do konca.
- g) Technické znalosti a skúsenosti sú mojim hlavným kladom.
- h) Som ochotný čeliť pripomienkam a ísť k jadru veci, ak ide o správnu vec.
- i) Obyčajne som schopný odhadnúť, či sú myšlienky alebo plány reálne.
- j) Viem bez predsudkov a zaujatosti nájsť rozumné alternatívne riešenia.

II. Ak som mal nedostatky v tímovej práci, bolo by to najskôr:

- a) Necítim sa dobre, pokiaľ nemá pracovná schôdzka jasnú štruktúru a nie je dobre riadená.
- b) Mám tendenciu hodnotiť aj ľudí, ktorí zastávajú opodstatnené stanovisko, ktorému nebola venovaná náležitá pozornosť.
- c) Odmietam sa vysloviť, pokiaľ prejednávaná záležitosť nie je z oblasti, ktorú dobre poznám.
- d) Mám tendenciu hovoriť príliš veľa, keď sa skupina dostane k novým myšlienkám.
- e) Mám sklón podceňovať svoj vlastný prínos.
- f) Môj objektívny náhľad mi neumožňuje zdieľať nadšenie ostatných.
- g) Niekedy sa javím ako príliš energický a autoritársky, keď sa jedná o dôležitý problém.
- h) Je pre mňa ťažké byť v popredí alebo vystupovať vo vedúcej roli, snáď preto, že som príliš citlivý na atmosféru v skupine.
- i) Stáva sa mi, že sa tak ponorím do svojich nápadov, že stratím poňatie o tom, čo sa deje.
- j) Odmietam sa vyjadrovať k nekompletným a málo podrobným názorom a návrhom.

III. Keď spolupracujem na nejakom projekte s inými ľuďmi:

- a) Mám schopnosť ľudí ovplyvňovať, bez toho aby som ich k niečomu nútil.
- b) Moja bdelosť umožňuje predchádzať omylom a chybám z nepozornosti, ktoré by mohli viesť k neúspechu.
- c) Som pripravený tlačiť ostatných do činnosti, aby sa na stretnutí nestrácal čas a zreteľ na hlavný cieľ.
- d) Dá sa počítať s tým, že prispejem niečím originálnym.
- e) Som vždy pripravený hájiť dobrý návrh v spoločnom záujme.
- f) Každý si môže byť istý, že zostanem sám sebou.
- g) Som blázon do nových myšlienok a posledných vývojových noviniek a preto rýchlo rozoznám nové príležitosti.
- h) Verím, že ostatní oceňujú moju schopnosť chladného úsudku a zmysel pre profesionalitu.
- i) Verím, že moja schopnosť rozhodovať môže prispieť k správnym rozhodnutiam.
- j) Dokážem spoľahlivo viesť organizovaný prístup pri riešení problémov.

Prílohy



Príloha 1: Belbinov test

IV. Mój charakteristický prístup ku skupinovej práci je, že:

- a) Mám záujem lepšie spoznať svojich kolegov.
- b) Prispievam tam, kde viem, o čom hovorím.
- c) Nezdráham sa odmietnuť názory druhých alebo zastávať sám menšinové stanovisko.
- d) Obvykle nájdem viacero argumentov vyvracajúcich nezmyselné návrhy.
- e) Dokážem uviesť veci do chodu, keď je treba plán začať uskutočňovať.
- f) Mám tendenciu vyháňať sa obvyklým postupom a prichádzať s niečím nečakaným.
- g) Snažím sa vniesť náznak dokonalosti do každej tímovej práce, na ktorej sa podieľam.
- h) Dokážem zaistiť a využiť kontakty z vonkajšieho prostredia.
- i) Zaujímajú ma sociálne stránky pracovných vzťahov.
- j) Mám záujem počuť názory všetkých pri rozhodovaní.

V. Práca mi prináša uspokojenie, pretože:

- a) Baví ma analyzovať situácie a zvažovať všetky možné voľby.
- b) Zaujímá ma nachádzať praktické riešenia problémov.
- c) Rád cítim, že podporujem dobré pracovné vzťahy.
- d) Môžem uplatniť silný vplyv na rozhodnutia.
- e) Mám príležitosť stretávať sa s ľuďmi, ktorí mi môžu poskytnúť novú skúsenosť.
- f) Dokážem zjednotiť názory rôznych ľudí a viesť ich k spoločnej žiadúcej činnosti.
- g) Cítim sa vo svojom živle, keď sa môžem plne venovať nejakej úlohe.
- h) Rád mám príležitosti, ktoré rozširujú môj rozhľad.
- i) Mám pocit, že veľmi vhodne využívam svoju kvalifikáciu a prax.
- j) Práca je pre mňa príležitosť na seberealizáciu.

VI. Keby som nečakane dostal ťažkú úlohu, ktorú je nutné splniť v obmedzenom čase a s neznámymi ľuďmi:

- a) Zvyčajne som úspešný bez ohľadu na okolnosti.
- b) Najprv by som sa snažil prečítať a zistiť o probléme toľko, koľko je vhodné.
- c) Snažil by som sa nájsť vlastné riešenie a potom ho predať skupine.
- d) Bol by som ochotný pracovať s človekom, ktorý prejavuje najpozitívnejší prístup.
- e) Hľadal by som spôsob zmenšenia zložitosti úlohy stanovením toho, čím môžu rôzni jednotlivci najlepšie prispieť.
- f) Mój prirodzený cit pre povinnosť by pomohol zaistiť, že dodržíme harmonogram.
- g) Verím, že by som zostal kľudný a udržal si schopnosť jasne myslieť.
- h) Držal by som sa stále účelu navzdory konfliktným tlakom.
- i) Bol by som pripravený ujať sa vedenia, keby som cítil, že sa skupina nehýbe z miesta.
- j) Zahájil by som rozhovory a jednania so zámerom stimulovať nové myšlienky a uviesť veci do pohybu.

VII. Vo vzťahu k problémom, v ktorých som zaangažovaný pri práci v skupine:

- a) Mám sklon prejavovať netrpezlivosť s tými, ktorí zdržujú postup.
- b) Ostatní ma môžu kritizovať za to, že som príliš analytický a nie veľmi citlivý.
- c) Moja potreba uistiť sa, že práca je urobená dobre, môže byť prekážkou postupu.
- d) Ľahko sa začnem nudiť, pokiaľ nemôžem účelne stimulovať k akcii ostatných.
- e) Je pre mňa ťažké začať, pokiaľ cieľ nie je jasne stanovený.
- f) Niekedy sa mi nedarí vysvetľovať a objasňovať zložité myšlienky, ktoré mi napadnú.
- g) Som si vedomý toho, že požadujem od ostatných veci, ktoré sám nedokážem.
- h) Myslím, že ostatní mi nechávajú priestor, aby som sa vyjadril.
- i) Inklinujem k pocitom, že strácame čas a sám by som to urobil lepšie.
- j) Váham s vyjadrením svojho názoru a postaviť sa na odpor, keď sa stretnem so skutočnou opozíciou.



Prílohy

Príloha 1: Belbinov test

Bodovacia tabuľka

Body, ktoré ste pridelili jednotlivým odpovediam, zapíšte do nasledujúcej tabuľky.

ČASŤ	I	II	III	IV	V	VI	VII
a)		a)	a)	a)	a)	a)	a)
b)		b)	b)	b)	b)	b)	b)
c)		c)	c)	c)	c)	c)	c)
d)		d)	d)	d)	d)	d)	d)
e)		e)	e)	e)	e)	e)	e)
f)		f)	f)	f)	f)	f)	f)
g)		g)	g)	g)	g)	g)	g)
h)		h)	h)	h)	h)	h)	h)
i)		i)	i)	i)	i)	i)	i)
j)		j)	j)	j)	j)	j)	j)

Interpretácia výsledkov

Preneste výsledky zadané v bodovacej tabuľke do tabuľky interpretácie výsledkov. Súčtom bodov zadaných v jednotlivých stĺpcoch vypočítajte počet bodov pridelených jednotlivým roľam v skupine.

Najvyšší výsledok v danom stĺpci označuje najviac prijatú KONŠTRUKČNÚ SKUPINOVÚ ROLU. Ďalšia v poradí je predpokladaná rola, ak je z nejakého dôvodu nižší dopyt po najviac preferovanej role. Dva najnižšie výsledky sa týkajú oblastí, ktoré by sa mali rozvíjať a ktoré sú pravdepodobne najslabšie. Možno však namiesto ich "posilňovania" radšej hľadať kolegov, ktorí by nás mohli v skupine dopĺňať.

ČASŤ	BODY PRÍSLUŠNEJ ODPOVEDE									
I	1d)	1a)	1e)	1h)	1j)	1c)	1i)	1f)	1g)	1b)
II	2i)	2d)	2b)	2g)	2f)	2h)	2a)	2j)	2c)	2e)
III	3d)	3g)	3a)	3c)	3i)	3e)	3j)	3b)	3h)	3f)
IV	4f)	4h)	4j)	4c)	4d)	4a)	4e)	4g)	4b)	4i)
V	5h)	5e)	5f)	5d)	5a)	5c)	5b)	5g)	5i)	5j)
VI	6c)	6j)	6e)	6i)	6g)	6d)	6h)	6f)	6b)	6a)
VII	7f)	7d)	7g)	7a)	7b)	7j)	7e)	7c)	7i)	7h)
Suma										
Roľa	IN	VZ	KO	FO	VY	TP	RE	DO	SP	NB

Prílohy



Príloha 1: Belbinov test

Zoznam skratiek použitých v tabuľke interpretácie výsledkov

IN	Inovátor	TP	Tímový pracovník
VZ	Vyhľadávač zdrojov a príležitostí	RE	Realizátor
KO	Koordinátor	DO	Doťahovač
FO	Formovač	SP	Špecialista
VY	Vyhodnocovač	NB	Neutrálne body

Vysoký počet NB naznačuje, že respondent mal problémy s pochopením otázok, alebo uňho nie je jasné, čím prispieva v tímovej činnosti.

Rola/výsledok	Nízka	Stredná	Vysoká	Veľmi vysoká
IN	0 – 6	7 – 11	12 – 16	17 – 23
KO	0 – 6	7 – 10	11 – 13	14 – 23
FO	0 – 8	9 – 13	14 – 17	18 – 36
SP	0 – 4	5 – 8	9 – 12	13 – 29
VZ	0 – 6	7 – 9	10 – 11	12 – 21
VY	0 – 5	6 – 9	10 – 12	13 – 19
TP	0 – 8	9 – 12	13 – 16	17 – 25
DO	0 – 3	4 – 6	7 – 9	10 – 17



Prílohy

Príloha 2: Tímové roly

Inovátor

Je veľmi tvorivý a nekonvenčný. Prináša do tímu nové nápady a dokáže riešiť náročné problémy. Ak je mu vnucovaný presný postup, obmedzuje to jeho hlavný prínos, a to neustále vyhľadávanie nových možností. Jeho spôsob myslenia a názory sa niekedy môžu konzervatívnym členom javiť ako radikálne až nereálne. Často sú zakladateľmi spoločnosti alebo tvorcami nových výrobkov.

Prípustné slabé stránky

Niekedy je veľmi zaujatý svojimi úlohami a nie je schopný efektívnej komunikácie.

Vyhľadávač zdrojov a príležitostí

Komunikatívny extrovert, nesmierne zvedavý a ochotne vítajúci všetko nové. Vie vyhľadávať nové príležitosti a získavať nových zákazníkov. Rýchlo nadväzuje nové kontakty a rozvíja ich. Aj keď nedisponuje originálnymi myšlienkami, dokáže efektívne rozvíjať myšlienky iných. Zakladá si na spätnej väzbe a vie ju veľmi dobre využívať.

Prípustné slabé stránky

Niekedy je nadmieru optimistický a po opadnutí prvotného nadšenia stráca záujem.

Koordinátor

Zrelý, sebaistý a uznávaný člen tímu so širokým prehľadom, často vodca tímu. Nemusí to byť najmúdrejší člen skupiny, ale dokáže objasňovať ciele, podporovať rozhodovanie a delegovať právomoci. Vie tiež rozpoznáť a využiť talent jednotlivých členov tímu, čím zvyšuje ich sebavedomie, motiváciu a záujem o spoločné ciele.

Prípustné slabé stránky

Má sklon ostatnými manipulovať, prenášať vlastné úlohy na iných a tým si uľahčovať svoju prácu.

Formovač

Je extrovert, veľmi dynamický, vysoko motivovaný, súťaživý a náročný. Vie nabádať alebo nútiť druhých do akcie, prekonávať aj ťažké prekážky, niekedy aj cestou nepopulárnych opatrení. Javí sa preto niekedy ako tvrdohlavý a asertívny, bez medziľudského porozumenia. Formovač môže byť dobrým manažérom, pretože vytvára akcie, vnáša do tímu život a snaží sa dať tvar skupinovej diskusii alebo činnosti.

Prípustné slabé stránky

Občas má sklony provokovať a môže zraňovať city iných.

Vyhodnocovač

Konzervatívnejší, tichý, obozretný, pôsobiaci seriózne a schopný triezveho pohľadu na vec. Je pomalší v rozhodovaní, ale berie do úvahy všetky varianty a okolnosti a má presný úsudok. Nemá rád unáhlené rozhodnutia a vie upozorniť na chyby, ktoré tím urobil alebo urobiť môže. Myslí kriticky a preto sa veľmi hodí na analýzu problémov, hodnotenie nápadov a návrhov.

Prípustné slabé stránky

Chýba mu pribojnosť a schopnosť inšpirovať ostatných.

Tímový pracovník

Najdôležitejšie sú preňho medziľudské vzťahy. Je priateľský, vnímavý a diplomatický. Zaujíma sa o problémy ostatných a dokáže ich pochopiť. Vie zbližovať ľudí, prispievať k lepšej spolupráci a zabraňovať vzniku konfliktov. Je flexibilný a ochotný prispôbiť sa rôznym ľuďom alebo situáciám.

Prípustné slabé stránky

V kľúčových situáciách sa nevie rozhodnúť a konfliktom sa radšej vyhýba.

Prílohy



Príloha 2: Tímové roly

Realizátor

Praktický človek, veľmi disciplinovaný, spoľahlivý a výkonný pracovník. Jeho hlavným prínosom je premena myšlienok a nápadov na skutočnosť. Tvrdo pracuje a problémy rieši systematicky. Zameriava sa na potrebné veci a snaží sa udržiavať zodpovednosť, disciplínu a časový plán. Niekedy mu však chýba spontánnosť a pomaly reaguje na nové možnosti.

Prípustné slabé stránky

Býva nepružný v reakcii na nové možnosti a podnety.

Doťahovač

Introvert pracujúci s veľkou svedomitosťou, precíznosťou a snaživosťou. Je pozorný k detailom a podrobnosti doťahuje do úplnej dokonalosti. Nevie tolerovať nepresnú prácu a nedomyšlené nápady. Nerád deleguje prácu na iných, dáva prednosť vlastnému riešeniu úloh.

Prípustné slabé stránky

Býva puntičkár, má sklony k prehnanej úzkostlivosti. Neochotne necháva ostatných podieľať sa na svojej práci.

Špecialista

Expert s profesionálnymi znalosťami a schopnosťami vo svojom odbore. Výsledky jeho práce prispievajú k vysokej prestíži tímu navonok. Záleží mu hlavne na vlastnej odbornej oblasti a preto mu chýba záujem o ostatných ľudí a môže mať problémy s komunikáciou.

Prípustné slabé stránky

Prispieva k práci tímu len v obmedzenej oblasti. Lipne na technickej stránke problémov a preto občas nedokáže vidieť „celkový obraz“.

Každá z uvedených rolí prináša do tímu nielen pozitívne vlastnosti ale aj svoje slabé stránky. V úspešnom a vyváženom tíme sa individuálne silné stránky jedincov navzájom dopĺňujú a slabé stránky sú tolerované, prípadne kompenzované silným stránkami iných členov tímu. Výsledky výskumov Mereditha Belbina potvrdzujú, že úspešné tímy majú vyvážené zastúpené rôzne role. Vhodné a vyvážené rozloženie tímových rolí však nie je postačujúce k vytvoreniu úspešného tímu. Nemenej dôležité je tiež spoločne zdieľaná vízia a dobrá motivácia pracovníkov.

https://uzofka.webnode.sk/_files/200000440-7d69d7e633/BELBINOVA%20TEST.pdf



Vzťahy



Ciele bloku

- účastníci dokážu zhodnotiť kvalitu svojich vzťahov
- budú vedieť pomenovať, čo vytvára kvalitný vzťah

Skupina

6 – 21 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa, fixky, písacie potreby

Dĺžka v minútach

45 min.

Zhrnutie

1. 10 najdôležitejších osôb – 15 min.
2. S kým chcem udržať vzťah – 30 min.

Inštrukcie

1. 10 najdôležitejších osôb – 15 min.

- Zamyslite sa nad zoznamom desiatich osôb, s ktorými máte hlboký vzťah.
- Hlboký vzťah znamená, že vás dané osoby ovplyvňujú, motivujú a spoluvytvárajú vaše postoje.
- Môže sa jednať o žijúce aj zosnulé osoby.
- V reflexii sa zamerajte na definovanie toho, ako sú dané vzťahy kvalitné a čo vám prinášajú.

2. S kým chcem udržať vzťah – 30 min.

- Účastníci sa rozdelia do trojíc. Školiteľ im následne povie, nech sa spoločne zamyslia nad tým, s kým sú radi vo vzťahu. S ľuďmi, ktorí...
- Následne povie, nech sa zamyslia nad tým, s kým neradi vstupujú do vzťahu.
- Sebareflexia nad tým, ktoré kvality má daný účastník osobne a čo chce zvýrazniť/zlepšiť.

Prílohy



Príloha:

S kým ste radi vo vzťahu? S ľuďmi, ktorí...	S kým nechcete vstupovať do vzťahu? S ľuďmi, ktorí...
<ul style="list-style-type: none">• Pozorne počúvajúci druhých• Prejavujú úctu voči druhým• Nechávajú ostatných vyjadriť svoje názory a city• Dávajú konštruktívne rady• Často sa usmievajú a zdravia ostatných• Úprimne dokážu oceniť druhých• Vážia si druhých aj ich prácu• Robia rozumné kompromisy a vedia vyjednávať• Sú pozitívni• Berú na zreteľ potreby a pocity druhých• Dokážu hovoriť o svojich potrebách a pocitoch• Jednajú s druhými ako so seberovnými• Vedia sa kontrolovať• Delia sa o informácie a skúsenosti s druhými• Vedia otvorene hovoriť o nepríjemných veciach• Vyžarujú kľud namiesto neustáleho zhonu• Nezabúdajú vyjadriť s druhými súhlas keďkoľvek je to vhodné• Dávajú priame otázky• Zachovávajú tajomstvá a dodržiať sľuby• Dávajú svoje slovo, len keď ho môžu dodržať• Úprimne sa o druhých zaujímajú• Pomáhajú ostatným, keď sú v núdzi• Majú hierarchiu úloh a postupujú podľa nej	<ul style="list-style-type: none">• Skáču druhým do reči• Majú trpký, až kyslý výraz tváre• Druhých ponižujú a urážajú (verbálne i neverbálne)• Snažia sa dominovať konverzácii, ovládnuť ju• Dávajú najavo nezaujem o druhých• Majú tendenciu neusmievať sa a nepozdraviť ostatných• Neustále sa sťažujú• Dožadujú, aby bolo všetko podľa nich, odmietajú kompromisy• Hovoria s ľuďmi povýšenecky• Neustále vyžadujú súhlas od ostatných• Sústavne všetkých a všetko kritizujú• Často sa rozčuľujú• Vyvolávajú v druhých pocity viny• Manipulujú svoje okolie• Zosmiešňujú a strápňujú druhých• Klamú a neradi hovoria priamo• Často ukazujú svoju frustráciu• Majú agresívne požiadavky• Väčšinou s ničím nesúhlasia• Nedodržiať sľuby, nedokážu udržať tajomstvo• Povyšujú sa nad ostatných, hovoria len o sebe



Vzťahy – Krokodília rieka

Ciele bloku

- účastníci budú mať skúsenosť s problematikou rešpektovania predstáv a názorov druhých
- získajú skúsenosť s dosahovaním kompromisu
- uvedomia si, že existujú rozdielne uhli pohľadu na rovnakú záležitosť
- zoznámia sa s tým, aké môžu byť v skupine vzťahy
- budú schopní definovať význam toho, aby nepodliehali emóciám pri tvorbe vzťahov

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa
- fixky
- príbeh krokodília rieka – príloha 1, príloha 2
- pracovný zošit, písacie potreby

Dĺžka v minútach

60 min.

Zhrnutie

Vzťahy – Krokodília rieka

Inštrukcie

1. Pred zahájením tejto aktivity nakreslí školiťel na flipchart tabuľku (príloha 1 – Tabuľka poradia podľa sympatií) tak, aby nebola zatiaľ vidieť (prekryje ju iným flipchartovým listom).
2. Školiťel zadá 1. časť inštrukcií k aktivite v znení:
„O chvíľu vám prečítam časť príbehu. Vašou úlohou bude zoradiť postavy, ktoré v ňom vystupujú, a to od tej, ktorá je vám najviac sympatická, po najmenej sympatickú. Vaše zvolené poradie zapíšete do tabuľky (z prílohy 1), a to tak, že najviac sympatickej osobe priradíte číslo 1, menej sympatickej číslo 2 a najmenej sympatickej postave, teda takzvanému „zápornému hrdinovi“, priradíte číslo 5.“
3. Školiťel prečíta skupine nahlas prvú časť príbehu. Požiada účastníkov, aby zoradili postavy v ňom vystupujúce. Na zoradenie majú účastníci 2 minúty.
4. Školiťel zadá 2. časť inštrukcií v znení:
„O chvíľu vás rozdelím do trojíc (následne štvoric). Vašou skupinovú úlohu bude vytvoriť spoločné poradie. Vypočujte si najskôr názory jednotlivých členov vašej skupiny, a potom sa dohodnite na spoločnom poradí. Máte na to 15 minút.“
5. Školiťel prečíta druhú časť príbehu. Opäť nechá účastníkov ohodnotiť jednotlivé postavy, ktoré sa v príbehu objavili. Školiťel následne pokračuje treťou časťou príbehu.
6. Školiťel následne vyzve skupiny, aby sa pripravili na prezentáciu a zdôvodnenie ich zvoleného poradia.
7. Školiťel sa pýta na pôvod rozdielov vo vnímaní postáv v príbehu. Prípadne doplní dôvody rozdielov (povaha, hodnoty, životná skúsenosť, momentálna nálada, pohlavie).
8. Školiťel sa pýta účastníkov či existuje nejaké správne/expertné riešenie, ako poradie vytvoriť. Školiťel však následne dopĺňa, že také riešenie neexistuje, nakoľko sa jedná o „málo štruktúrovaný“ príbeh, t. j. čitateľ nemá dostatok informácií, musí si teda chýbajúce informácie doplniť/domyslieť sám, aby príbeh dával zmysel.





9. Školiteľ sa vráti k spolupráci v skupinách. Každý skupine položí nasledujúce otázky: „Ako prebiehala vaše diskusia? Akým spôsobom ste dospeli k vzájomnej dohode? Sú s výsledkom spokojní všetci v skupine? Komu z vás sa skupinové a vlastné riešenie príliš nelíšia či sa obe dokonca zhodujú?“

10. Školiteľ účastníkov informuje, že môžu byť v skupine 3 typy vzťahov:

- Kooperatívny (členovia skupiny sa vzájomne vypočujú a hľadajú riešenie, s ktorým by boli všetci spokojní)
- Súťaživý (každý/niektorí sa snažia presadiť svoje riešenie a presvedčiť ostatných, aby od svojho odstúpili)
- Individualistický (nehľadá sa vzájomná dohoda, každý má svoj názor, aby bola úloha splnená, tak sa počíta priemer či losuje)

a spýta sa, ako by pomenovali vzťahy v ich skupine pri tejto aktivite.

11. Potom nechá skupiny pracovať. V priebehu času si overuje či účastníci pochopili zadanie a pracujú na ňom.

12. Účastníci zhodnotia absolvovanú skúsenosť. Školiteľ tak zisťuje či účastníci pochopili zmysel aktivity – zážitok, že pri vnímaní a hodnotení ľudí vychádzame z neúplných informácií; zistení, že rešpekt k názorom druhých umožňuje spoluprácu. A či vedia ľudí a vzťahy prijímať, pozorovať bez toho, aby ich hodnotili a posudzovali.

Riziká a odporúčania

Niektorí ľudia majú problém poradie zostaviť. Upozornite ich, že ide o ich (subjektívny) pocit z ľudí vystupujúcich v príbehu, a nie o rozumovú úvahu.

Pre niekoho sú všetky postavy záporné. V takomto prípade pomôže obvykle povedať, že je daný človek veľmi prísny. (Je možné to obrátiť do otázky: „Je možné, že bývate považovaný za prísneho?“) Nielen na druhých, ale asi aj na seba.

Niektorí účastníci si chcú prácu uľahčiť (dať len samé 1, niektoré číslo od 1 do 5 nepoužiť). Požiadajte ich, aby sa ešte raz pokúsili poradie zostaviť, jedná sa predsa len o aktivitu.

Spätná väzba (odporúčané otázky pre účastníkov, upozornenia, správne riešenia, ďalšie príklady a pod.)

- Keby sa postavám z príbehu zamenili pohlavia, z mužov by sa stali ženy a naopak, zmenilo by sa vaše poradie postáv?
- Keby ste zistili, že postava, ktorú máte na prvom mieste je... (Róm, Vietnamec, černocho, úradník, poslanec a pod.), ovplyvnilo by to vaše rozhodovanie?



Prílohy

Príloha 1: Tabuľka pre lektora

Tabuľka poradia podľa sympatií	Individuálne poradie	Skupinové poradie 1 „2 – 3“	Skupinové poradie 2 „4 – 6“	Konečné poradie celej skupiny
Tom				
Mary				
Frank				
Simon				
Damian				

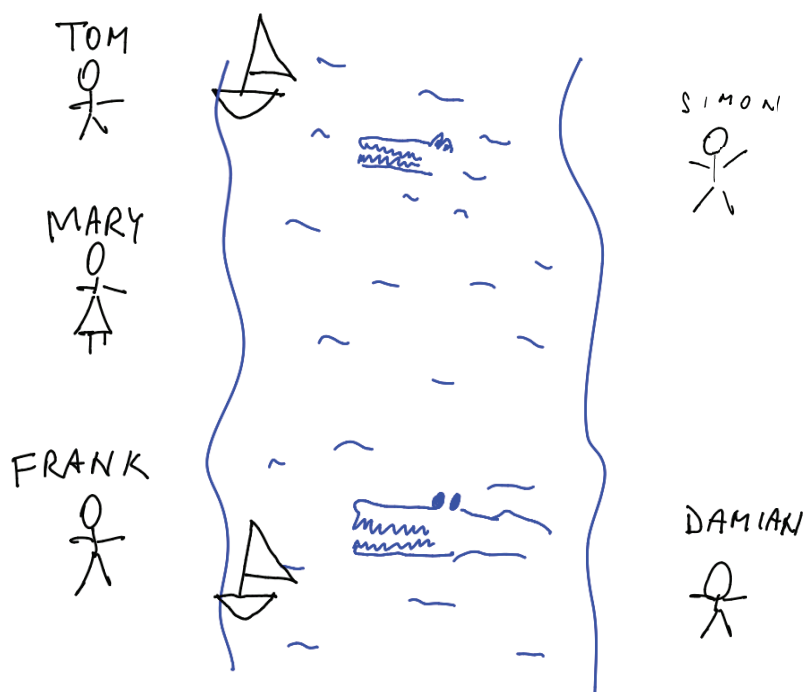
Prílohy



Príloha 2: Príbeh Krokodíliá rieka

Pre rozprávača:

Znázornenie situácie:



1. diel príbehu

Mary chce ísť za Simonom, miluje ho. Nemá člň, a tak ide za Tomom a prosí ho o prevoz cez rieku plnú krokodílov. Ten súhlasí, ale má podmienku, a to, že sa s ním za to vyspí. Mary spraví, čo chce. Tom ju zavezie k Simonovi. Ten pred ňou uteká k Damiánovi. Damián Simona zmláti.

- Vytvorte individuálne poradie postáv podľa morálky, potom vytvorte dvojice/trojice a vytvorte jedno spoločné poradie.

2. diel príbehu

Mary má 45 rokov. Simon má 25. Tom je bývalý manžel Mary. Mary je už niekoľko mesiacov tehotná.

- Vytvorte štvor až šesť členné skupiny a vytvorte spoločné poradie postáv podľa morálky.

3. diel príbehu

Frank má celý život Mary rád, ale ona si ho nevšíma. Damián má 18 a je milencom Mary.

- Spoločne všetci účastníci vytvoria spoločné poradie postáv podľa morálky.



Sieťovanie



Ciele bloku

- účastníci pochopia k čomu slúži sieťovanie
- účastníci budú rozumieť pojmom minútové sieťovanie a tradičné sieťovanie
- rozvinie sa samostatné myslenie o prínosoch sieťovania
- účastníci pochopia význam rozmanitosti pre tvorbu funkčnej siete kontaktov – vedia naplánovať sieťovacie akcie

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- papier A4, písacie potreby, flipchartový papier, farebné fixky

Dĺžka v minútach

160 min.

Zhrnutie

1. Sieťovanie – doplniť chýbajúce slová
2. Pojmy – minútové sieťovanie a tradičné sieťovanie
3. Profesia
4. Sieťovacie akcie
5. Prínos sieťovania

Inštrukcie

1. Sieťovanie – doplniť chýbajúce slová

Školiteľ zadá účastníkom individuálne zadanie – usporiadať informácie a doplniť chýbajúce slova v texte prílohy 1.

Doplniť chýbajúce slová:

Po doplnení textu prebieha skupinový brainstorming na tému: Aké sú prínosy sieťovania?

Výstupy zapíše školiteľ na flipchart.

2. Pojmy – minútové sieťovanie a tradičné sieťovanie

Školiteľ rozdelí účastníkov do dvojíc. Polovica dvojíc má 10 minút na to, aby zistila, čo je minútové sieťovanie – networking. Druhá polovica má 10 minút na to, aby zistila, čo je tradičné sieťovanie. Pri vyhľadávaní používajú dvojice internet.

V druhej časti aktivity vyzve školiteľ každú dvojicu, aby vlastnými slovami popísali, čo je to minútové sieťovanie a čo je tradičné sieťovanie. Každá ďalšia dvojica doplní to, čo ešte nebolo povedané.

V tretej časti zadania sa dvojice spoja do štvoríc takým spôsobom, aby sa spojili dvojice, ktoré pracovali na tradičnom a minútovom sieťovaní. Štvorice sa zamyslia nad tým, čím je každý štýl sieťovania prínosný. Svoju odpoveď skupina odôvodní pri prezentácii.

3. Profesia

Školiteľ rozdelí účastníkov do 4 skupín.

Každá skupina si vyberie jednu profesiu, ktorú bude predstavovať.

Z uvedenej ponuky (príloha 3) si potom vyberie 5 ďalších profesií, s ktorými by bolo podľa ich názoru, pre ich zvolenú profesiu, najužitočnejšie nadviazať kontakt.

Zároveň ponúkne možnú protislužbu, ktorú by im mohla daná profesia poskytnúť.





Svoj výsledok odprezentuje každá skupina ostatným skupinám.
Výstupy odôvodní ostatným.

4. Sieťovacia akcia

Školiteľ rozdelí účastníkov do 4 skupín.

Každá skupina pracuje na jednotnom zadaní, a to navrhnuť originálny spôsob sieťovacej akcie.

Svoj nápad prezentuje pred celou skupinou.

Prezentácia musí zahŕňať:

- miesto a čas konania
- popis akcie
- argumenty, čím je akcia odlišná od ostatných, čím je jedinečná a efektívna
- pre koho je akcia určená
- a ďalšie nevyhnutné informácie

Účastníci sa môžu inšpirovať napr. aktuálnou ponukou networkingových centier.

5. Prínos sieťovania – desatoro

Záverečná reflexia, keď školiteľ vyzve účastníkov k spísaniu desatora sieťovania.

Úvodné zahrievacie otázky pre celú skupinu:

- Máte osobnú skúsenosť s využitím vašich kontaktov na určitých miestach?
- Uplatňujú sa tieto kontakty často napríklad pri hľadaní brigády?
- Stretli ste sa už s tým?
- Čo si myslíte, že je najdôležitejšie pri nadviazaní kontaktu?
- Ako by mal človek pôsobiť?

Školiteľ následne rozdelí účastníkov do 4 skupín a vyzve ich k spísaniu bodového desatora na veľký flipchartový papier.



Prílohy

Príloha 1: Doplň chýbajúce slova

Doplň chýbajúce slova:

N_____ slúži predovšetkým k rozvoju o_____ vzťahov. Networking vám pomáha vytvárať s_____ kontaktov, spoznávať nových ľudí, ktorí vám či vašej firme môžu byť v budúcnosti nápomocní.

N_____ c_____ usporadúvajú pre uchádzačov veľa rôznych akcií. Jedná sa napríklad o zábavné akcie, raňajky spojené s prednáškou, piatkové večierky a iné.

Aké sú prínosy sieťovania?

Prínosy sieťovania – príklady:

- spoznávanie nových ľudí, možnosť rozšíriť povedomie o našej firme, podnikaní – spraviť si reklamu
- budovanie obchodných vzťahov, získanie dôležitých kontaktov atď.
- príjemne strávený čas v spoločnosti
- osobný rozvoj – tzv. elevator pitch – zdôrazniť len to najdôležitejšie v priebehu niekoľkých sekúnd

Príloha 2: Minútové sieťovanie – networking

Forma sieťovania, ktorá funguje na podobnom princípe ako bleskové rande. Uchádzači majú vždy len niekoľko sekúnd na to, aby sa predstavili a vzájomne sa spoznali. Vždy medzi sebou hovoria dvaja uchádzači a dvojice sa po krátkom čase striedajú. Väčšinou po tejto časti nasleduje už časť voľnejšia, menej riadená, kedy môžete už sami rozvíjať vaše obchodné vzťahy s vybranými jedincami.

<http://minutovynetworking.cz/>

Prílohy



Príloha 2: Tradičné sieťovanie



Tip č. 1 – Nejde len o biznis

Podľa nedávneho prieskumu siete LinkedIn je networking stále najefektívnejším nástrojom pre obsadenie voľných pozícií. Vďaka rôznym akciám a sieťam kontaktov si údajne našlo svoju súčasnú pracovnú pozíciu až 85 percent respondentov. Zároveň by, ale nebolo dobré brať networking za každú cenu len ako nástroj, ako ponúknuť svoje znalosti či produkty čo najviac ľuďom. Preto je dobré chodiť na networkingové akcie bez očakávaní a byť otvorený novým veciam. Možno síce nespoznáte nikoho, kto by zrovna hľadal vašu špecializáciu, na druhú stranu, ale môžete nájsť nového partnera na tenis, alebo vášnivého včelára, ktorý vás bude zásobovať kvalitným domácim medom. Keď navyše prestanete myslieť len na obchod, pravdepodobne objavíte to pravé skryté kúzlo networkingu a užijete si zaujímavé konverzácie, často aj na nové témy.



Tip č. 2 – Hľadajte spoločné poslanie či hodnoty

Networkingových akcií a klubov je dnes veľké množstvo a je tak častokrát ťažké sa zorientovať v tom, ktorý môže mať prínos práve pre nás. Najlepšie je preto vyberať stretnutia s ľuďmi, ktorí majú spoločné poslanie, hodnoty či pohľad na svet. „V takých prípadoch sú účastníci naladení na rovnakú vlnu a od začiatku majú rad spoločných tém,“ potvrdzuje Jiří Jemelka, spoluzakladateľ neformálneho združenia kresťanských podnikateľov KOMPAS, ktoré každý štvrtok usporadúva stretnutie pre obchodníkov, manažérov a živnostníkov, ktorých spája kresťanská viera. Účastníci tu taktiež ľahko nadviažu a upevnia svoje doterajšie pracovné vzťahy, navyše s kolegami, ktorí zastávajú podobný názor na svet.



Tip č. 3 – Prepájajte ostatných

Osvedčená rada skúsených networkerov znie: „Premýšľajte nad tým, čo môžete urobiť pre druhých.“ Väčšina tých, ktorí sa idú zoznamovať len s myšlienkami na vlastný prospech, preto príliš úspešná nie je. Ďaleko lepší dojem urobia tí, ktorí načúvajú, vedú poradiť alebo vás prípadne prepoja s človekom, ktorý vie, alebo pozná niečo, čo sa vám momentálne hodí. A až príde na vec, nebudete mať problém takého človeka na oplátku odporučiť vy. Pokiaľ, ale niekto vpadne do konverzácie, rozdáva vizitky na všetky strany a hovorí len o sebe, málokedy odchádza zo stretnutia s vytúženým výsledkom. Prepojujte preto ostatných a oni začnú prepojovať vás.



Tip č. 4 – Pripravte sa vopred

Navzdory tomu, že by ste mali chodiť na akcie s otvorenou myslou a nekalkulovať dopredu, vyplatí sa pripraviť. Takzvaný elevator pitch, teda výstižné zhrnutie toho, kto ste a čo robíte, sa vám bude hodiť vždy. „Na prvý dojem má človek len niekoľko sekúnd. Keď ich premárni zdĺhavým popisom, väčšinou poslucháčov stratí. Rozhodne teda nie je na škodu sa dopredu zamyslieť nad tým, ako sa dá zaujímavo, a predovšetkým krátko, charakterizovať vlastné podnikanie,“ dopĺňa Jiří Jemelka. Pokiaľ navyše dokážete pridať aj nejaký vtíp či donútiť ľudí zamyslieť sa, otázky na to, čo robíte, sa už nebudete musieť báť.



Tip č. 5 – Budujte kvalitné vzťahy

Sila networkingu spočíva v autentickosti. Ľudia začínajú byť unavení z neadresných e-mailových ponúk alebo žiadostí o prepojenie od ľudí, ktorých ani nikdy nevideli. Dajte si preto pozor, aby ste návyky zo sociálnych sietí neprenášali do prostredia vašich osobných stretnutí. Nejde o to, spoznať všetkých a len si ich na druhý deň pridať do priateľov. Oveľa efektívnejšie je naviazať počas akcie hlbšiu konverzáciu s jedným alebo dvoma ľuďmi, s ktorými zostanete naozaj v kontakte a raz za čas sa s nimi stretnete, napríklad na káve.



Prílohy

Príloha 3: Zoznam profesií

Krajčírka, daňový poradca, auditor, kaderník, účtovník, obchodný zástupca, výrobca hračiek, predavač v samoobsluže, štukatér, právnik, učiteľ, muzikant, herec, upratovač, vedúci stavby, inštalátor, zámočník, chemik, vodič autobusu, biológ, automechanik, IT špecialista, úradník, elektrikár, kvetinár, maliar, truhlár, fotograf, chyžná, moderátor, rehabilitačná sestra, pediater, taxikár, očný optik, smetiar, maklér, geológ, architekt, roľník, výrobca skla, opravár obuvi, archeológ, športovec, opravár, veľkoobchodník, hotelier, paleontológ, historik, matrikár, archivár, aranžér, bankový expert, policajt, hasič, colník, detektív, deratizátor, ekológ, grafik, hosteska, stevard, kuchár, kováč, módnny návrhár, pekár, pilot lietadla, psychológ, šatniar, tanečník, zvukár, železničiar, zubár

UŽITOČNÁ PROFESIA	MOŽNÉ VÝHODY	PROTISLUŽBA





Sieťovanie – Užitoční ľudia



Ciele bloku

- účastník dokáže identifikovať svoj sieťovací (networkingový) potenciál pre skupinu a pre komunitu
- účastník vie rozlíšiť medzi potrebou veľkého počtu kontaktov a potrebou sieťovania do hĺbky danej témy
- účastník vie interpretovať prínos niektorých profesií pre vlastné podnikanie
- účastník vie definovať, čo je to outsourcing a vymenovať niektoré jeho výhody a nevýhody
- účastník nájde vzťah medzi vybranými kategóriami osôb (znevýhodnené osoby na trhu práce/alebo naopak, exponované kategórie profesií) a konkrétnou firmou

Skupina

6 – 20 účastníkov

Materiál

- papier A4, písacie potreby, flipchartový papier, farebné fixky

Dĺžka v minútach

130 min.

Zhrnutie

1. Prínos pre skupinu a pre komunitu – 30 min.
2. Speed dating – 30 min.
3. Profesia – 30 min.
4. Outsourcing – 10 min.
5. Užitočnosť osôb – 30 min.

Inštrukcie

1. Prínos pre skupinu a pre komunitu – 30 min.

- Účastníci sa rozdelia do trojíc (ak sa účastníci navzájom dobre nepoznajú, školiteľ nepoužije losovacie karty).
- Školiteľ rozmiestni trojice tak, aby každá mala svoj priestor, aby sa navzájom nerušili.
- Školiteľ predstaví aktivitu: Pri tejto aktivite si najskôr vyskúšame, ako dokážeme vnímať prínosy ostatných pre našu skupinu a pre komunitu, v ktorej pôsobíme. Navyše si taktiež vyskúšame aj vedenie rozhovorov, kladenie otázok, počúvanie a taktiež krátku prezentáciu.
- Následne školiteľ overí, či je všetkým jasné, čo majú robiť. Vždy bude mať jeden z účastníkov rolu opytovateľa. Jeho úlohou je viesť s ďalším účastníkom príjemný rozhovor tak, aby sa o jeho osobe niečo dozvedel a bol schopný zapísať si, v čom je daná osoba prínosná pre túto našu skupinu, a v čom je prínosná pre komunitu, kde daný účastník pôsobí. Postupne sa všetci v tejto roli vystriedajú tak, aby boli schopní sa vzájomne predstaviť.
- Školiteľ informuje, že na rozhovory má trojica celkom 12 minút, každý z opytovateľov má teda k dispozícii cca 4 minúty. Na flipchart školiteľ napíše, koľko je hodín a o koľkej musí byť úloha splnená. Školiteľ zopakuje, že po skončení rozhovoru, každý účastník na základe získaných informácií predstaví ostatným prínos účastníka pre skupinu.
- Školiteľ nechá účastníkov pracovať. Zmieni, že pozorovatelia môžu využiť prílohu 1.
- Po uplynutí prvých 4 minút, upozorní školiteľ, že je vhodné vymeniť si roly. Takto učíní aj po ďalších 4 minútach.



- Školiteľ vyzve účastníkov, aby si v priebehu troch minút pripravili krátku prezentáciu, v ktorej zdieľa prínosy daného človeka pre našu skupinu a pre jeho komunitu.
- Po uplynutí stanoveného času školiteľ vyzve prvú trojicu, aby sa vzájomne predstavila (najskôr jeden, potom druhý a potom tretí účastník). Po každej prezentácii prezentujúcemu školiteľ poďakuje. Snaží sa vytvoriť uvoľnenú, priateľskú atmosféru.
- Školiteľ prediskutuje s účastníkmi ich pocity a absolvovanú skúsenosť s vedením rozhovoru, rozprávaním o prínosoch druhých, ako sa darilo objaviť tento prínos a prezentáciu.
- Školiteľ sa spýta účastníkov, čo im táto aktivita priniesla vo vzťahu k schopnosti nadväzovať cieleť sieťovacie aktivity. Ich odpovede zaznamená na flipchart.

2. Speed dating – 30 min.

- Školiteľ vyzve účastníkov, aby v čase 15 min. nadviazali čo možno najviac vzťahov s ostatnými účastníkmi. Ideálne na začiatku kurzu, kedy sa ešte účastníci nepoznajú. Pokiaľ sa poznajú, tak sa zadanie pozmení v zmysle, nadviazať vzťah, z ktorého vyplynú informácie, ktoré ešte ostatní nepoznajú.
- Školiteľ povie, že záleží na nich, ako dlho povedú rozhovory, a koľko nadviažu vzťahov.
- Po uplynutí 15 min. prebehne krátka reflexia – čo som sa dozvedel, čo som si zapamätal, do akých aktivít môžem zapojiť ostatných. Školiteľ zapíše odpovede na flipchart.
- Potom rozdelí účastníkov na škále od 1 podľa toho, koľko kontaktov stihli nadviazať v daný čas.
- Následnú reflexiu vedie školiteľ s nasledujúcimi otázkami: akú kvalitu vzťahov účastníci hľadali – či cítili potrebu nadviazať čo možno najviac kontaktov, alebo sledovali skôr kvalitu v hĺbke diskusie.
- V následnom zakončení povedie účastníkov k uvedomeniu si, kedy potrebujú pre svoju prácu, čo možno najviac a najrýchlejšie ľudí kontaktovať, a kedy potrebujú ísť vo vzťahoch viac do hĺbky.

3. Profesia – 30 min.

- Školiteľ zadá individuálnu úlohu, aby každý účastník ku každej profesii vymyslel čo najviac činností, ktoré môžu pre podnikateľa (firmu) vykonávať. Vid' príloha 2.
- Po 15-tich minútach nechá účastníkov doplniť, aké ďalšie profesie by mohli byť pri podnikaní užitočné.

4. Outsourcing – 10 min.

- Školiteľ zadá individuálnu prácu za použitia internetu – čo je to outsourcing?
- Po individuálnej činnosti vytvorí štvorčlenné tímy, ktoré sa zamyslia nad výhodami a nevýhodami outsourcingu pre firmu.

5. Užitočnosť osôb – 30 min.

- Školiteľ rozdelí účastníkov do skupín. Každá skupina dostane priradenú jednu osobu z tabuľky, a zároveň miesto, kde by mala vykonávať prácu. Vid' príloha 4.
- Nájdite a prezentujte argumenty, prečo je táto osoba užitočná pre danú firmu či oblasť podnikania, aký je jej prínos.
- Snažte sa pred ostatnými skupinami obhájiť svoj názor, prečo si myslíte, že táto osoba je pre podnik nepostrádateľná.



Prílohy

Príloha 1: Prínos človeka

KTO	PRÍNOS PRE NAŠU SKUPINU	PRÍNOS PRE KOMUNITU DANÉHO ČLOVEKA

Príloha 2: Profesie a ich prínosy pre podnikanie

PROFESIE	PRÍNOSY
Účtovník	
Právnik	
Daňový poradca	
Audítora	
IT špecialista	
Marketér	
Youtuber	

ĎALŠIE PRÍNOSNÉ PROFESIE:

Príloha 3: Outsourcing

Outsourcing – znamená, že firma vyčlení rôzne podporné a vedľajšie činnosti a zverí ich zmluvne inej spoločnosti, špecializovanej na príslušnú činnosť. Je to teda druh delby práce, činnosť však nie je zabezpečovaná vlastnými zamestnancami firmy, ale na základe zmluvy. Väčšinou sa jedná o upratovanie, údržbu, ale môžu sa hľadať aj rôzni špecialisti na danú problematiku a pod. Firma tým môže ušetriť čas, ale aj náklady (i keď ju samozrejme niečo stojí najatie týchto externých pracovníkov).

Prílohy



Príloha 4: Užitočnosť osôb

tehotná žena	stavebná firma
celebrita	firma zaoberajúca sa výrobou automobilových súčiastok
vojak	firma zaoberajúca sa výskumom
kapitán lode	firma zaoberajúca sa predajom dojčenskej výživy
slepý muž	firma poskytujúca kurzy kreslenia
lekár	firma prevádzkujúca reštauráciu
starenka	firma prevádzkujúca športové centrum
vedec	firma poskytujúca kurzy varenia



Zmena



Ciele bloku

- účastníci dokážu identifikovať ich osobné vzťahy k zmene
- účastníci porozumejú, ako dôležité je byť otvorený neobvyklým nápadom a myšlienkam, ktoré môžu pomôcť pri riešení rozličných problémov
- účastníci porozumejú, aké je užitočné vyskúšať si metódy, cesty a riešenia, s ktorými sa predtým ešte nestretli



Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

- flipchartová tabuľa, fixky, písacie potreby



Dĺžka v minútach

120 min.



Zhrnutie

1. Zmena a ja – 30 min.
2. Zmena v mojom okolí – 45 min.
3. Metóda Lotosového kvetu – 45 min.



Inštrukcie

I. Zmena a ja – 30 min.

- Školiteľ zadá účastníkom individuálnu prácu formou prílohy 1. Na zadanie vymedzí 15 minút.
- Po 15 minútach dochádza k spoločnému zdieľaniu myšlienok, dosiahnutých záverov.
- Myšlienky zapisuje školiteľ na flipchartový papier.

2. Zmena v mojom okolí – 45 min.

- Účastníci sa rozdelia do štvorčlenných skupín. Školiteľ zadá každej štvorici zadanie v forme 5 minútového brainstormingu. Zadanie znie: Keby ste mali možnosť podieľať sa na vedení obce, čo by ste zmenili vo svojom okolí? S akými návrhmi a inováciami by ste prišli?
- Školiteľ následne vyberie zoznam 10 nápadov, ktoré sa majú týkať zmien v okolí, v ktorom sa účastníci vyskytujú či nových prvkov v ich obci. Každý nápad musí byť podložený argumentami, prečo sú dané zmeny nevyhnutné, k čomu by slúžili.

3. Metóda Lotosového kvetu (Lotus flower) – 45 min.

Metóda lotosového kvetu je kreatívne cvičenie. Jedná sa o rámec pre generovanie nápadov, ktorý vychádza z jednej ústrednej témy. Z hlavnej témy vychádza osem koncepčných námetov, pričom každý z nich je použitý ako ústredná téma pre generovanie ďalších ôsmich námetov.

Lotosové kvety Yasuo Matsumury nútia tímy, na rozdiel od myšlienkových máp, starostlivo preskúmať jednu myšlienku pred tým, než prejdú k ďalšej. Poskytujú tak procesu brainstormingu štruktúru.

Ako to funguje?

- Preložte papier dvakrát vodorovne a dvakrát zvisle, aby ste získali 9 rovnako veľkých políčok (príloha 2).



- Do stredu napíšte definíciu problému alebo hlavnú myšlienku, ktorú chcete preskúmať. V tomto príklade bude osobným cieľom – "Byť aktívnejší".
- Do každého z ostávajúcich 8 políčok napíšte jeden nápad na riešenie daného problému/ dosiahnutie cieľa – to sú okvetné lístky. Nemajú byť zbytočne prepracované, majú obsahovať všetky nápady, ktoré vám prídu na myseľ. Nápady píšete tak, aby ste zaplnili všetkých 8 políčok. Začnite s ôsmimi nápadmi alebo riešeniami okolo definície problému.
- Prísť s konkrétnymi nápadmi je ľahké, ale skutočná zábava začína, keď sa po niekoľkých nápadoch zastavíte. Pokiaľ sa vám niektorý nápad zdá trochu hlúpi alebo pritiažený za vlasy, pridajte ho bez ohľadu na to! Pri idealizácii môže práve takzvané "hlúpy" nápad vyvolať vo vašej alebo cudzej mysli úžasnú myšlienku.
- Dobrá práca! Teraz máte 8 možných riešení svojho problému. Nebolo to tak ťažké, že? No, aby som bol úprimný, vo vyššie uvedenom príklade som sa po 3 nápadoch zasekol. Musel som sa poškríabať na hlave a zvážiť alternatívne uhly pohľadu, ale práve vtedy nastalo to pravé kúзло. A to bol len začiatok 😊
- Každý z týchto 8 nápadov sa stane stredom ďalšej sady lotosových kvetov – ďalších 8 nápadov. Teraz je čas preniknúť hlbšie a odhaliť 8 nápadov pre každý okvetný lístok. Dokopy je to tak 64 nápadov pre jeden počiatočný problém. Vyrázilo vám to dych, však?
- Opäť som sa tak trochu zasekol, keď som začal vymýšľať nápady pre políčko "Začať znovu behať". Myslel som, že sa budem musieť zmieriť s tým, že sa zastavím v polovici cesty a dané nápady proste nedomyslím. Ale opäť som vytrval, zvažoval rôzne uhly pohľadu a podarilo sa mi nájsť 8 nápadov. Skutočne som rád, že som na niektoré z nich prišiel. Pre každé z 8 riešení sa môže založiť opätovne nový lotosový list.
- A teraz, pokiaľ ste na niečo prišli/niečo ste objavili, neváhajte a prejdite na tretiu alebo štvrtú úroveň. Pravdepodobne už nie pre každý nápad, ale akonáhle narazíte na túto "inovatívnu šnúru nápadov", bola by škoda sa zastaviť!
- V tomto štádiu by ste mali mať najmenej 64 rôznych nápadov, možno niekoľko stoviek. Kam ďalej? Mali by ste mať najmenej 64 nápadov a riešení! Naozaj záleží na tom, čo sa snažíte dosiahnuť. Teraz je, ale možno vhodná chvíľa dať si pauzu. Vaše mozgy pracovali naozaj tvrdo, aby prišli s nápadmi. Mali by si poriadne odpočinúť, než sa vrátia k riešeniu problematiky a tomu, ako nápady vhodne využijú k dosiahnutiu vytúženého cieľa.

Komentáre k skupine:

Veľkosť tímu – Existuje mnoho spôsobov, ako túto aktivitu viesť.

V malom tíme by ste pravdepodobne mali vytvoriť, napríklad na flipchart, jeden veľký, kolektívny lotosový kvet. Uistite sa však, že sa všetci účastníci zapájajú do jeho tvorby.

Pokiaľ máte viac tém na riešenie a väčšiu skupinu ľudí, je vhodné úlohy rozdeliť medzi tímy.

Pri veľkej skupine, a len jednom probléme k riešeniu, môžete účastníkov rozdeliť do menších tímov, ktoré budú mať za úlohu vyriešiť rovnakú výzvu. Ale viete, čo to znamená... V určitom okamihu budete musieť dať tomu veľkému množstvu nápadov zmysel! Pri tomto prístupe je vhodné periodicky účastníkov "premiešať".

Keď viacej tímov pracuje na viac problémoch v jednej miestnosti, zakričte "vymeňte si miesta!" a jeden človek z každého tímu sa musí pripojiť k inému. Kto vie, aký bláznivý nápad môžu do mixu priniesť!

Kedy?

Keď je potreba rýchlo vygenerovať veľké množstvo nápadov.

Prečo?

Použitie prvých 8 nápadov ako základu môže pomôcť tieto nápady ďalej rozšíriť.

Poznámka

Majte otvorenú myseľ, ničím sa neobmedzujte.



Prílohy

Príloha 1: Zmena a ja

1 Čo pre Vás znamená a s čím sa Vám spojuje slovo ZMENA?

2 Čo prežívate, keď ste v procese zmeny, v situácii, keď niečo meníte?

3 Ako sa utváral Váš postoj k zmene, k situáciám, kedy niečo meníte?

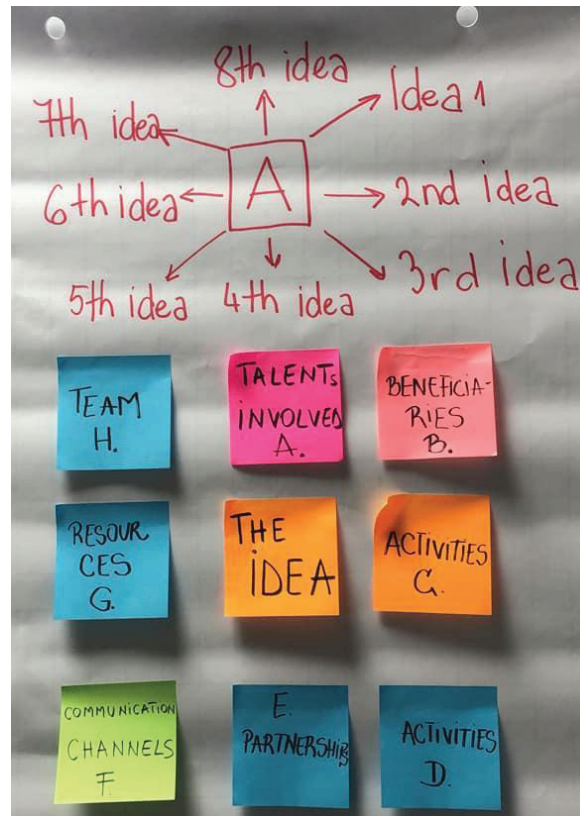
4 Akú zmenu ste v poslednej dobe realizovali?

5 Čo robíte, ako sa obvykle správate v situácii, keď niečo meníte? (stručne uveďte vlastnú aktuálnu skúsenosť)

Prílohy

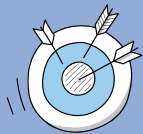


Príloha 2:





Flexibilita



Ciele bloku

- vyjadriť vlastnými slovami, čo to je byť flexibilný a aký to má prínos pre ich život
- rozumieť tomu, čo nám pomáha orientovať sa v prostredí
- uskutočniť rozbor svojho vzťahu k flexibilitě na základe niekoľkých aktivít
- zdôvodniť, prečo je náročné striedať jednotlivé činnosti
- popísať, ako sa ľudia cítia v neočakávaných situáciách

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- pracovné listy, voda, poháre 8 ks, kamene 20 ks, balóny 20 ks, mapa mesta (schematická) 4 ks

Dĺžka v minútach

120 min.

Zhrnutie

1. Flexibilita – 15 min.
2. Rybárky – 15 min.
3. Kimova aktivita – 20 min.
4. Mutant – 40 min.
5. Reflexia – 30 min.

Inštrukcie

1. Flexibilita – 15 min.

Lektor vyzve účastníkov, aby sa zamysleli nad tým, čo si predstavujú pod pojmom FLEXIBILITA. K tomu na flipchart vytvorí veľmi jednoduchú schému kompetencií a asociácií účastníkov. Vzor vid' príloha 1.

2. Rybárky – 15 min.

- Rozhodli ste sa absolvovať tréning kompetencií k flexibilitě, ku ktorého charakteristikám patrí schopnosť zmeniť (prispôbiť) pracovné návyky, správanie a efektívne pracovať v nových alebo meniacich sa situáciách, s ohľadom na nové úlohy a nových spolupracovníkov, partnerov, zákazníkov. S tým úzko súvisí aj pružnosť myslenia.
- Preto sme sa rozhodli zaradiť na začiatok tohto bloku aktivitu, v ktorej budete musieť vyvinúť mentálne úsilie a rozhýbať svoje mozgové závitky na plné obrátky. Bude to vhodný štart k ďalším aktivitám a cvičeniam, ktoré v priebehu tréningu absolvujete. Koniec koncov je vedecky dokázané, že čím viac svoj mozog namáhame, tým dlhšie a lepšie nám slúži.
- Lektor rozdá účastníkom logickú úlohu nazvanú Rybárky príloha 2 a nechá ich pracovať cca 15 min.
- Lektor požiada účastníkov o správne riešenie. Účelom tohto cvičenia nie je hodnotiť výkon, hovorí sa o ňom len vtedy, ak s tým začne niektorý z účastníkov sám. Lektor všetkým za ich snahu poďakuje. Prílohu zozbiera a vráti do podkladu pre tréning. Správne výsledky má lektor v prílohe 3.
- Lektor vyzve účastníkov, aby sa zamysleli nad tým, čo si predstavujú pod pojmom LOGICKÉ MYSLENIE. K tomu na flipcharte vytvára veľmi jednoduchú schému kompetencií a asociácií účastníkov.
- Lektor urobí krátke zhrnutie k téme logického myslenia a prepojí myšlienky účastníkov s teóriou. Vid' príloha 4





3. Kimova aktivita – 20 min.

- Lektor pokračuje cvičením nazvaným Kimova aktivita. Názov aktivity je odvodený z románu Kim od Rudyarda Kiplinga z roku 1901, v ktorom hlavný hrdina Kim hrá túto hru v priebehu svojho výcviku na špióna.
- Lektor rozdá účastníkom prílohu 5 a požiada ich, aby si ju pred sebou až do vyzvania nechali ležať rubom nahor.
- Lektor vyzve účastníkov, aby naraz prílohu otočili a preštudovali si zadania úloh. Ponechajú im čas 3 minúty na zapamätanie.
- Lektor vyzve účastníkov, aby predlohu otočili opäť rubom hore a napísali, čo si zapamätali. To, že sú s úlohou hotoví, a už si na nič ďalšie nespomínajú, dajú najavo tým, že odložia písacie potreby.
- Keď sú všetci s úlohou hotoví, vyzve ich lektor ku kontrole. Účelom tohto cvičenia nie je hodnotiť výkon, hovorí sa o ňom iba vtedy, ak s tým začne sám niektorý z účastníkov. Lektor všetkým za ich snahu poďakuje, znovu zdôrazní, že pamäť ide celkom ľahko vytréňovať a zmieni sa aj o tom, že si to účastníci budú môcť v ďalších dňoch opäť vyskúšať.
- Lektor taktiež upozorní na to, že pamäť sa nemá stať bariérou pre skúmanie ďalších variant. Má byť naopak prostriedkom pre rozvíjanie ďalších možností.

4. Mutant – 40 min.

- Lektor rozdelí účastníkov do 2 – 3 skupín (jedna skupina cca 4 – 7 ľudí). Môže na to použiť losovacie karty. Potom pomocou losovacích kariet vyberie v každej skupine pozorovateľa (pokiaľ je málo účastníkov, zastúpi pozorovateľa nejaký z lektorov).
- Lektor vysvetlí skupinám a pozorovateľom, že v hre bude niekoľko príkazov, ktoré keď zadá lektor, majú opačný význam. Doprava znamená doľava a naopak, zastaviť znamená ísť a naopak. Ruka – znamená zmeniť ruku, v ktorej niečo držím.
- Lektor činnosti demonštruje. V priebehu čítania inštrukcie si účastníci môžu činnosti taktiež vyskúšať.
- Lektor oboznámi pozorovateľa s jeho úlohou, ktorou je všímať si prejavy flexibility a „neflexibility“ u členov skupiny tak, aby im na konci aktivity mohol poskytnúť spätnú väzbu. Lektor oznámi, že cieľom aktivity je, aby účastníci mali po jej ukončení jasno, či a v akej miere zvládajú niekoľko činností naraz a získali porovnanie s ostatnými účastníkmi, ako sa im pri zvládaní niekoľkých činností súčasne darí.
- Lektor začne súťažné zápolenie. V priebehu aktivity lektor niekoľkokrát zmení spôsob predchádzania trasy tlesknutím a jednoduchým ohlásením pričom môže účastníkov aj miast (opakovane ohlási jeden zo spôsobov, ktorý v danej chvíli účastníci vykonávajú). Pokiaľ sa predchádzajúci účastníci nechajú zmiašť a urobia chybný úkon, musia sa vrátiť na štart, zaradiť sa za ostatnými členmi družstva a prejsť si – až na nich príde rada – trasu znovu.
- Aktivity na trase:
 - Prehadzovanie kameňov z jednej krabice do druhej.
 - Prelievanie vody dvoma rukami naraz z pohára do pohára.
 - Nakresliť zmenu na mapke mesta.
 - Skladať puzzle z farieb, kde na každej farbe je napísaný názov inej farby – napríklad na červenom papieriku je napísaná zelená. Rozhodujúcim je napísaný názov farby, nie farba papiera.
- Aktivita skončí akonáhle sa jednej skupine podarí trasu bezchybne absolvovať. Na aktivitu je vyhradených cca 15 minút. Pokiaľ sa skupinám nedarí, lektor musí nájsť správny okamih na ukončenie aktivity.
- Lektor prediskutuje s účastníkmi ich počinanie. Ďalej s účastníkmi (lektor osloví postupne všetky skupiny a v nich všetkých účastníkov) prediskutuje celkové pocity a dojmy, a taktiež pozorovatelia prediskutujú svoje zhrnutie ku každému účastníkovi.
- Lektor prevedie záverečné, motivačne ladené hodnotenie. Účastníci si zapíšu svoje zhrnutie na papier.

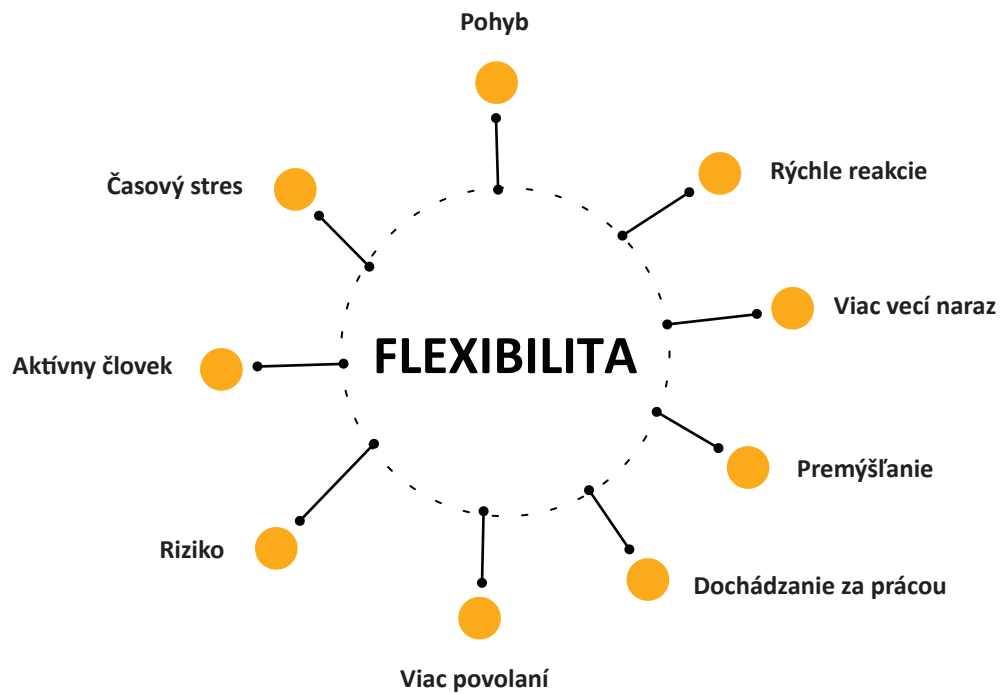
5. Reflexia – 30 min.

- Aké sú vaše pocity a dojmy?
- V ktorom okamihu ste cítili, že ste narazili na svoje hranice v oblasti flexibility?
- Kde sa vám naopak darilo rýchle a pružne reagovať?
- Čo vám bránilo pružnejšie reagovať a čo vás naopak motivovalo?
- Ako ste so svojim výsledkom spokojní?
- Aká je vaša miera flexibility a kde ju najčastejšie uplatňujete?



Prílohy

Príloha 1: Námety pre lektora – vzor schémy



Prílohy



Príloha 2: Zadanie logickej úlohy – Rybárky

Nedávna medzinárodná súťaž rybárov priniesla zaujímavé výsledky aj predstavenie. Na prvých štyroch miestach sa umiestnili Indka, Fínka, Filipínka a Peruánka. Každá z rybárov chytala na súťaži iný druh ryby – okúne, tresky, tuniaky a makrely. Mená tých štyroch špičkových rybárov sú Kit, Pam, Lia, Mag.

- Rybárka, ktorá chytala tuniaky nebola prvá ani druhá.
 - Prvá bola rybárka z Peru.
 - Pam skončila druhá.
 - Indka sa volá Mag.
 - Filipínka, ktorá svoje úsilie zamierila na tresky, skončila štvrtá.
 - Rybárka, na ktorej nástrahy ťahali makrely, sa volá Lia.
- Prvú cenu získala:
 - Pam
 - Mag
 - Kit
 - rybárka, čo ulovila okúňa, síce jeden kus, ale nevidaný
 - lovkyňa makrel
 - Chudáci tuniaky skončili na tanieri vďaka rybárke:
 - z Peru
 - z Fínska
 - rybárke z Indie, ktorá svojou fyziológiou pripomínala delfína
 - rybárke, ktorá skončila druhá
 - tou, ktorú volali „Lio“
 - Ktoré z nasledujúcich tvrdení platí pre Kit?
 - lovila tresky
 - ulovila nevidaného okúňa
 - je z Fínska
 - pochádza z Peru
 - skončila na treťom mieste
 - Na predposlednom mieste skončila
 - tá rybárka, ktorá chcela loviť okúne, ale chytila len jediného
 - Lia
 - Filipínka
 - delfínia kráska z Indie
 - Ktoré z nasledujúcich tvrdení je pravdivé?
 - na makrely sa zamerala buď rybárka z Indie alebo Filipínka
 - Pam je fínskej národnosti
 - Kit ani Lia neskončili ako posledné
 - Rybárka z Peru ešte nikdy nelovila okúne
 - Lia si rada pochutnáva na pečených makrelách
 - Ktorý z nasledujúcich zoznamov uvádza (nie nutne všetky) rybárky správne zoradené podľa ich umiestnení od prvého po štvrté miesto?
 - Lia; Indka; tá, čo ulovila okúňa
 - Fínka, lovkyňa tuniakov; Mag
 - rybárka, čo ulovila okúňa; indická delfínia kráska, Kit

Príloha 3: Riešenie logickej úlohy Rybárky

Správne odpovede: 1 e, 2 c, 3 a, 4 d, 5 b, 6 c



Prílohy

Príloha 4: Logické myslenie

Bez neho nie sme schopní orientovať sa v prostredí, stratíme schopnosť vyznať sa v sebe samom. Logické myslenie je súbor zákonitostí myslenia a procesov poznania. Logické myslenie je schopnosť človeka pochopiť všetko, čo nás obklopuje, a vzťahy alebo rozdiely, ktoré existujú medzi činmi, objektmi alebo pozorovateľnými faktami, prostredníctvom analýzy, porovnania, abstrakcie a predstavivosti. U ľudí sa v detstve rozvíjajú len konkrétne myšlienky. Počas puberty sme však schopní vytvoriť logické myslenie a neustále ho aplikovať, aby sme poskytli riešenie rôznych situácií, ktoré sa vyskytujú v každodennom živote. Logické myslenie umožňuje analyzovať, porovnávať, určovať a rozlišovať objekty, hypotézy a postupy prostredníctvom rôznych riešení, ktoré vychádzajú z predchádzajúcich skúseností.

Príloha 5:







Flexibilita – Sedem úloh



Ciele bloku

- získať skúsenosť o nutnosti flexibilného konania a vyjednávania
- získať skúsenosť o dopadoch úspechu a neúspechu pri vyjednávaní
- vedieť vysvetliť súvislosti medzi kreativitou a flexibilitou
- analyzovať prvok moci a zdrojov pri flexibilitate



Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

- flipchartová tabuľa, fixky, písacie potreby, pravítko pre školiteľa
- príloha 1
- 4 veľké obálky
- 3 červené papiere formátu A4
- 4 žlté papiere formátu A4
- 3 zelené papiere formátu A4
- 3 modré papiere formátu A4
- 7 bielych papierov formátu A4
- 2 oranžové papiere formátu A4
- 1 pravítko, 1 rolka izolepy, 1 lepidlo na papier, 1 nožnice, 1 vreckový nožik, 1 zošívачka, 2 ceruzky, 1 kružidlo

Vyššie uvedený materiál bude rozdelený takto:

Obsah obálky č. 1

- vreckový nožik, 3 červené papiere formátu A4, 2 modré papiere formátu A4, 5 bielych papierov formátu A4, 1 žltý papier formátu A4

Obsah obálky č. 2

- kružidlo, nožnice, 1 žltý papier formátu A4, 1 modrý papier formátu A4, 2 biele papiere formátu A4

Obsah obálky č. 3

- 2 ceruzky, lepidlo na papier, 1 pravítko, 1 žltý papier formát A4, 1 zelený papier formátu A4

Obsah obálky č. 4

- zošívачka, 1 rolka izolepy, 2 zelené papiere formátu A4, 2 oranžové papiere formátu A4, 1 žltý papier formátu A4

Dĺžka v minútach

120 min.

Zhrnutie

Flexibilita – sedem úloh

Inštrukcie

1. Školiteľ si na túto aktivitu musí pripraviť priestor a pomôcky. Stoly a stoličky odpovedajúce počtu ľudí v skupinách by mali byť čo najďalej od seba, ideálne v rôznych miestnostiach.
2. Školiteľ uvedie aktivitu ako súťaž vyžadujúcu flexibilné konanie a jednanie.
3. Školiteľ rozdelí účastníkov pomocou losovacích kariet do štyroch skupín. V každej by mali byť minimálne dve osoby, ale nie viac ako 4. Ideálny stav sú 3 osoby a jeden pozorovateľ. Skupiny rozmiestni školiteľ ku stolom. Každý skupine odovzdá inštrukciu (príloha 1). Pozorovateľom dá papier na záznam s možnými okruhmi pozorovaní – príloha 2.





4. Školiteľ nechá účastníkov, aby si preštudovali inštrukcie, skontroluje či je všetkým – skupinám i pozorovateľom – jasné, čo majú robiť.
5. Školiteľ zaháji cvičenie. Skupiny pracujú do okamihu, kým jedna z nich nesplní všetkých sedem úloh. Školiteľ skontroluje, či víťazná skupina splnila úlohu úplne presne. Pokiaľ nájde akékoľvek odchýlky alebo nesprávne riešenia, oznámi skupine, že úloha splnená nebola a aby pokračovala v činnosti. Ak je riešenie prvej skupiny v poriadku, ukončí školiteľ aktivitu. Ostatné skupiny už úlohy nedokončujú. Samotné plnenie úloh odhadujeme na cca 30 – 35 minút, ale býva kratšie aj dlhšie.
6. Školiteľ zhromaždí všetkých účastníkov a s každou skupinou prediskutuje jej pocity a skúsenosti. Požiada vždy pozorovateľa o jeho komentár k práci skupiny. Školiteľ si po celú dobu robí poznámky, bude ich potrebovať k nasledujúcej diskusii. Zoznam pomocných otázok je uvedený nižšie.
7. Pokračovanie aktivity uvedie v tomto duchu:

„Zhodli sme sa na tom, že flexibilita znamená premýšľať, konať a jednať pružne, podľa toho, aká je situácia a podmienky. Ako ste si mohli vyskúšať pri plnení celkom jednoduchých siedmich úloh, nie vždy ide všetko hladko. Máte pravdu, pomôcky v obálkach, ktoré ste obdržali, neboli rozdelené rovnomerne, takže na štartovacej čiare nemali družstvá rovnakú pozíciu. Ale tak to v živote chodí, niekedy je dosť nespravodlivý. Ale aj s takými situáciami sa musíme vedieť vyrovnáť a je to určite taktiež flexibilita, ktorá je dôležitou súčasťou ich zvládania. Zastavme sa na chvíľu pri počíne, ktorý bol pre splnenie siedmich úloh dôležitý.“

Školiteľ napíše na flipchart:
VYJEDNÁVANIE – ČO JE PRI TOM DÔLEŽITÉ

Školiteľ zapisuje myšlienky účastníkov tak, ako prichádzajú, drží sa a vychádza z poznámok, ktoré si predtým urobil, podporí diskusiu účastníkov. Vznikne spoločne vytvorený prehľad dôležitých zásad.
8. Školiteľ požiada účastníkov, aby si obsah flipchartu odpísali do pracovného zošitu. Je to know-how, ktoré sami účastníci vytvorili, takže k nemu majú vzťah, čo zvyšuje pravdepodobnosť, že ho v budúcnosti znovu použijú.
9. Školiteľ sa spýta účastníkov, či majú nejaké pripomienky, návrhy na ďalšie stratégie, ako úlohu zvládnuť. Školiteľ aktivitu ukončí odkazom na ciele.
10. Účastníci zhodnotia absolvovanú skúsenosť v pracovnom zošite.

Reflexia (doporučené otázky pre účastníkov, upozornenie, správne riešenia, ďalšie príklady a pod.)

- Aké vo vás táto aktivita vyvolala pocity?
- Rozčuľovali ste sa pri nej? Prečo?
- Ako ľudia zvládali svoj emócie – hnev, zlosť, sklamanie alebo čokoľvek iné, čo bolo identifikované?
- Mali skupiny nejakých vedúcich?
- Došlo v skupinách k nezhodám?
- Ktorá skupina mala najväčšiu moc a z čoho moc vyplývala? (obvykle to býva skupina, ktorá má pravítko)
- Objavil sa aj ďalší typ moci, taká, ktorá by nevyplývala zo zdrojov?
- Aký vplyv malo držanie moci na skupinu?
- Aký vplyv mal na skupinu nedostatok moci?
- Snažila sa skupina chrániť si svoje zdroje? Ako?
- Mali skupiny nejakú vyjednávaciu stratégiu?
- Boli stanovené/ignorované nejaké pravidlá?
- Ako skupina hodnotila pozície (zdrojov, silných a slabých stránok) iných skupín?
- Mali na výkon skupiny vplyv dosiahnuté pokroky (alebo nedostatok pokroku)?
- Čo sa dialo, keď sa plniť úlohy darilo?
- Čo sa dialo, keď sa plniť úlohy nedarilo, ako to ovplyvňovalo náladu, morálku tímu, výkon?
- Ako sa skupina dostávala z problémov?



- Čo bolo zrejmé z neverbálnej komunikácie?
- Vnímala skupina neverbálne signály iných skupín? A ako ju to ovplyvňovalo?
- Snažila sa skupina chrániť si svoje teritórium?
- Počínala si skupina nerozumne/neprimerane? Ako a prečo? Malo to vplyv na ďalšie skupiny?
- Rekapitulovala skupina priebeh plnenia úlohy, pokrok, stratégiu?
- Radila sa skupina o vyjednávací taktike?
- Ako reagovala skupina na nezdar vo vyjednávaní? Premýšľala o nejakom inom pláne?

Podklad k diskusi:

- Kto by mal vyjednávať?
- Mali by sa vystriedať všetci? Pokiaľ nie, ako sa vyberie vyjednávač a ako sa bude sledovať jeho výkon?
- Čo je cieľom vyjednávania a aké stratégie sa môžu osvedčiť?
- Existujú hranice, za ktoré sa nedá ustúpiť?
- Kde spočíva moc? Je to tam, kde sú najlepšie zdroje?
- Ako ovplyvňuje vyjednanie moc?
- Má konkurenčné prostredie vplyv na vyjednávací postoje?
- Aké môžu existovať falošné predpoklady, a akú rolu hrajú?
- Hrajú pri vyjednávaní rolu len slová alebo aj reč tela? Nakoľko sa reč tela prejavuje?
- Musí vždy niekto vyhrať a iný prehrať alebo existujú ďalšie možnosti (spolupráca, kompromis)?
- Aké sa pri vyjednávaní osvedčuje správanie (agresívne, manipulačné, asertívne)?
- Má pri vyjednávaní svoju rolu aj tvorivosť?
- Dá sa niečo robiť, keď vyjednanie zlyhá?

Prílohy



Príloha 1: Zoznam položiek, ktoré majú byť splnené

1. červený trojuholník, ktorý má základňu 10 cm a výšku 8 cm
2. papierová reťaz, ktorá má 5 článkov, z nich len dva môžu mať rovnakú farbu
3. päť štvorcov o rozmeroch 4 x 4 cm, z nich dva musia byť žlté
4. obdĺžnik, o rozmeroch 10 x 5 cm, ktorý sa skladá z dvoch farieb (nie bielej) a je nalepený na bielom papieri formátu A4
5. zelená kocka o rozmeroch 4 x 4 x 4 cm, pričom jedna strana má inú farbu
6. minimálne 12 cm vysoké a 6 cm široké písmeno H vystrihnuté z modrého alebo žltého papiera
7. dve pretínajúce sa kružnice s polomerami 7 a 4 cm narysované na bielom papieri

Príloha 2: Zoznam otázok pre pozorovateľa

1. Ako ľudia zvládali svoje emócie – hnev, zlosť, sklamanie alebo čokoľvek iné, čo bolo identifikované?
2. Mali skupiny nejakých vedúcich?
3. Došlo v skupinách k nezhodám?
4. Ktorá skupina mala najväčšiu moc a z čoho moc vyplývala?
5. Objavili sa aj ďalšie typy moci, takej, ktorá by nevyplývala zo zdrojov?
6. Aký vplyv malo držanie moci na skupinu?
7. Aký vplyv mal na skupinu nedostatok moci?
8. Snažila sa skupina chrániť si svoj zdroj? Ako?
9. Mali skupiny nejakú vyjednávaciu stratégiu?
10. Boli stanovené/ignorované nejaké pravidlá?
11. Ako skupina hodnotila pozície (zdrojov, silných a slabých stránok) iných skupín?
12. Mali na výkon skupiny vplyv dosiahnuté pokroky (alebo nedostatok pokroku)?
13. Čo sa dialo, keď sa plniť úlohy darilo?
14. Čo sa dialo, keď sa plniť úlohy nedarilo, ako to ovplyvňovalo náladu, morálku tímu, výkon?
15. Ako sa skupina dostávala z problémov?
16. Čo bolo zrejmé z neverbálnej komunikácie?
17. Vnímala skupina neverbálne signály iných skupín? A ako ju to ovplyvňovalo?
18. Snažila sa skupina chrániť si svoje teritórium?
19. Počínala si skupina nerozumné/nepriemerne? Ako a prečo? Malo to vplyv na ďalšie skupiny?
20. Rekapitulovala skupina priebeh plnenia úloh, pokrok, stratégiu?
21. Radila sa skupina o vyjednávací taktike?
22. Ako reagovala skupina na neúspech vo vyjednávaní? Snažili sa vymyslieť nejaký iný plán?



Osobnostná kreativita a originalita



Ciele bloku

- vedieť vysvetliť pojem kreativita (tvorivosť)
- oboznámiť účastníkov s možnosťami rozvoja svojej tvorivosti
- vyskúšať si vlastné možnosti kreativity
- pochopiť význam originality pri kreatívnej tvorbe
- podporiť kritické myslenie pri selektovaní nápadov
- vedieť definovať pojem originalita

Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

- papier A4 (s predtlačným vzorom, vid' príloha 1)
- písacie, popřípade kresliace potreby
- hudba na vytvorenie atmosféry



Dĺžka v minútach

190 min.



Zhrnutie

1. Cítite sa byť kreatívni? – 30 min.
2. Kvantita nad kvalitu! – 40 min.
3. Námety rozvoja tvorivosti – 60 min.
4. Šesť slovný príbeh – 60 min.



Inštrukcie

1. Úvodný brainstorming – 30 min.

V úvodnom brainstormingu bude úlohou účastníkov pokúsiť sa pomenovať pojem kreativita, tvorivosť, to či sa cítia byť kreatívni, a aké vonkajšie, či vnútorné podmienky im pomáhajú ju v sebe rozvíjať.

2. Kvantita nad kvalitu! – tvorivá aktivita – 40 min.

Školiteľ rozdá účastníkom papier vo formáte A4, na ktorom bude vytlačených 30 kruhov. Účastníci majú 5 minút na ich dotvorenie. Nemali by veľmi premýšľať, mali by aplikovať rovno prvý nápad, ktorý ich napadne. Nieкто v kruhu môže vidieť tvár, slnko, snehovú vločku... správne a nesprávne videnie tu neexistuje. Žiaden kruh nemôžete nechať prázdny, aj keby v ňom mala byť len čiara bez zmyslu. Vyhodnotenie prác prebieha formou moderovanej diskusie. Pozrite sa na svoj papier. Koľkí z Vás zaplnili celý papier? Cítite sa byť kreatívni? Školiteľ vyzve v kruhu účastníkov, aby popísali svoje pocity pri tvorbe. Prekvapil Vás nejaký výtvar? Nakreslili ste viac kruhov s rovnakým námetom? Cítili ste sa tvorivo alebo prekvapene? Bola to ťažká úloha?

Táto aktivita je tiež len cvik, čím častejšie sa bude opakovať, tým viac výsledkov a reálneho využitia respondentovi prinesie. Keď opísali všetci svoje pocity, vyzve školiteľ, aby sa papiere poukladali na zem tak, aby na nich videli všetci. Spoločne hľadajú podobné znamenia, rozdiely (napr. koľkokrát tu máme slnko? Ako ho kto nakreslil? Nieкто strapaté, nieкто s veľkými lúčami, malými a pod.). Takto aj keď účastník nakreslil tú „istú“ vec, môžu sa inšpirovať medzi sebou. Videli ste v nápade nieкого iného prvok, ktorý vás inšpiroval?





V závere diskusie sa snažia účastníci pomenovať, kde v praxi je táto technika rozvoja motívácie, tvorivosti prínosná (napríklad: tvorba námetu loga (30 nápadov), tvorenie farebnosti loga (30 farebných kombinácií už vytvoreného námetu), tvorba plagátu, 3D projekcie...)

3. Námety rozvoja tvorivosti – 60 min.

Školiteľ postupne zadáva účastníkom nasledovné otázky, na ktoré si pripravujú odpovede samostatne a následne náhodne prezentujú svoje nápady. Aj toto je aktivita, ktorá priamo podporuje rozvoj kreativity.

- Pokúste sa vymyslieť váš fantastický, vymyslený sen. Vyberte ten najoriginálnejší.
- Pokúste sa zmeniť závery najznámejších rozprávok.
- Predstavte si, že žijete v období Veľkomoravskej ríše. Čo by sa stalo, keby Konštantín a Metod neprišli na Veľkú Moravu?
- Uveďte čo najviac najrôznejších spôsobov, ako by ste mohli doma šetriť s pitnou vodou.
- Uveďte, v ktorých životných situáciách sa s vodou nešetří.
- Vymyslíte krátky príbeh na 6 vopred dohodnutých slov, ktoré so sebou vôbec nesúvisia (napr.: slanina, ruha, kapce, tablet, almanach, selfie).
- Napíšte, čo by robili spolužiaci, keby neexistoval internet, počítače, mobilné telefóny a všetky moderné technologické zariadenia.
- Nakreslite symbol vašej rodiny.
- Z akých ingrediencií by ste upiekli koláč priateľstva?

Tvorivý môže byť každý človek, avšak úroveň tvorivosti je pri každom z nás rôzna. Dobrou správou je, že tvorivosť sa dá rozvíjať.

4. Šesť slovný príbeh – 60 min.

Školiteľ rozdá účastníkom papier a písacie potreby. Opis pre účastníkov: Predstavte si, že chcete pracovať v kreatívnom priemysle a vašou úlohou je byť originálny, jedinečný. Je nutné pochopiť, že originálni myslitelia v dejinách prichádzali s mnohými nápadmi, mutáciami, slepými uličkami i zlyhaniami, kým sa dopracovali k úspešnému dielu (napr. Picasso vytvoril tisíce maliieb a sôch, ktoré viedli k len niekoľkým svetoznámych dielam, Edison vytvoril 1093 patentov, no skutočne vynikajúce originálne úspechy môžeme spočítať na jednej ruke). Preto, aby ste sa dopracovali k úspechu, je často nutné vytvárať mnoho nápadov a z nich byť následne schopný vybrať ten najoriginálnejší. Vašou úlohou je vymyslieť 6 slovný príbeh na modelovú situáciu.

Možnosti modelovej situácie:

- tvorba nového umeleckého diela (námet na film, námet na text piesne, námet na príbeh, námet na knihu...)
- tvorba anotácie na podujatie, plagátu, propagačných materiálov, výstavy, prezentácie produktu...
- tvorba textov na spracovanie (do vizuálneho produktu, podcastu, hovoreného slova...)

Účastníkom sa nechá čas na spracovanie a následne čítajú ostatným svoje nápady. Školiteľ zisťuje či sa im zdajú originálne. Následne školiteľ vyzve účastníkov, aby aktivitu zopakovali, ale porušili pritom nejaké bežné zvyky, napríklad:

- vyhli sa písmenu E
- písali iným typom písma
- eliminovali slová ako ja, ty, my a moje, tvoje, naše...

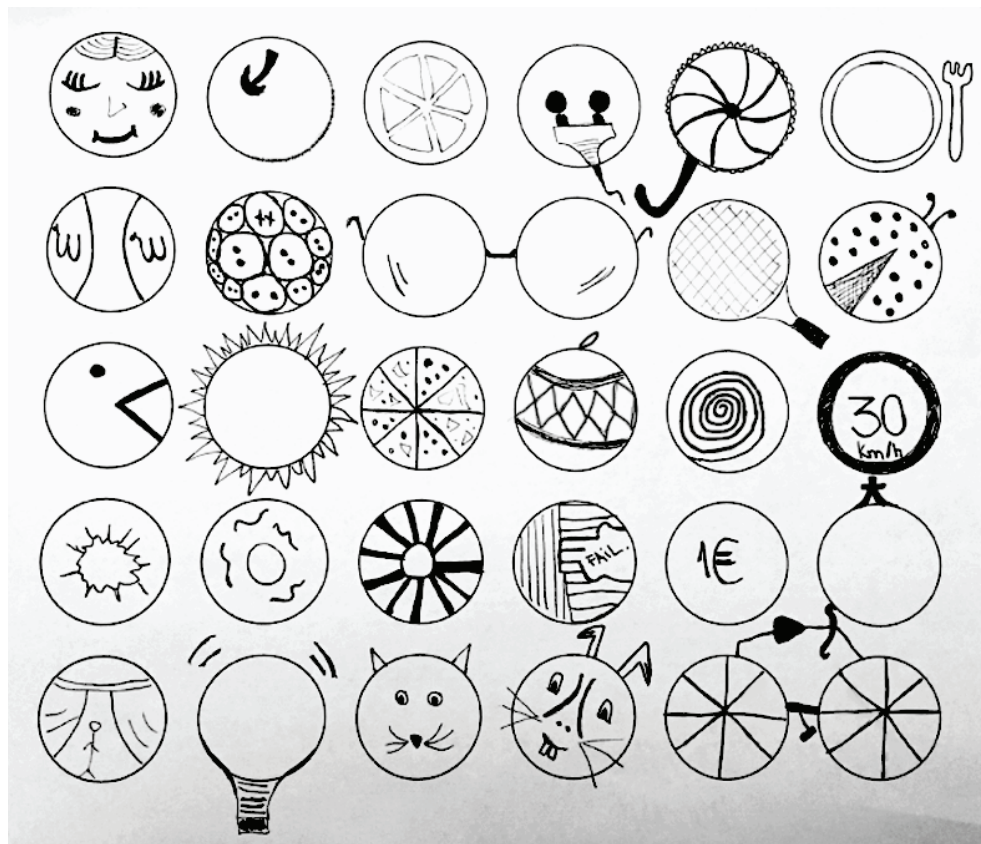
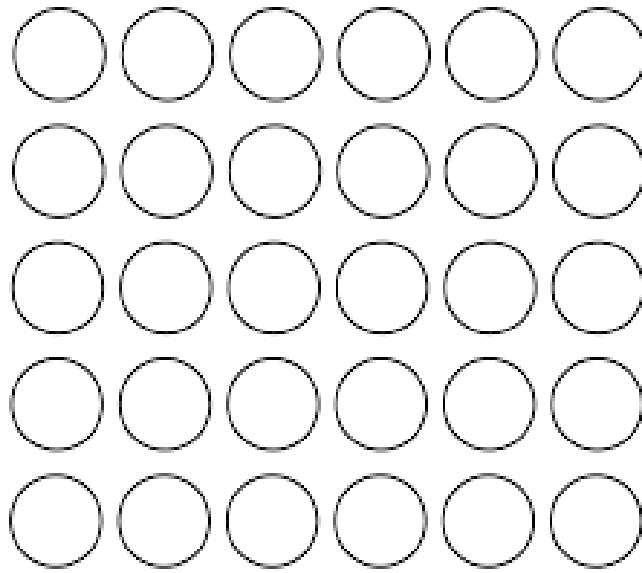
Na záver sa vyberajú najoriginálnejšie nápady a diskutuje sa o pojme originalita, ako aj jej potrebe v kreatívnom priemysle.

Ďalšou formou cvičenia je vzájomná podpora kreativity, kedy niekto začne vetu a ďalší účastník ju dokončí.



Prílohy

Príloha 1:







Kultúrna diverzita

Ciele bloku

- porozumieť, že rôznorodosť a pluralita identít nás obohacuje
- stručne vyjadriť, ako je možné vnímať inakosť, a zároveň tvorenie predsudkov
- zapamätať si, že vedomosť a kultúrna rozmanitosť je zdrojom výmeny, inovácií a tvorivosti
- opísať komplexné chápanie kultúry ako rámca hodnôt, postojov a správania

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- farebné papiere (vystrihnuté v tvare kruhov v niekoľkých farbách, min. 3 farby), lepiaca páska, banány

Dĺžka v minútach

120 min.

Zhrnutie

1. Kultúrna diverzita – 40 min.
2. Hľadaj si skupinu – 60 min.
3. Kultúrna rozmanitosť cez banány – 20 min.

Inštrukcie

1. Kultúrna diverzita – 40 min.

Školiteľ umožní účastníkom uvažovať o vlastnom chápaní kultúry a kultúrnych vplyvov. Aktivita núti účastníkov premýšľať o tom, prečo je kultúra dôležitá a objasňuje jej viditeľné a menej viditeľné prvky.

Účastníkom sa poskytne 5 alternatívnych definícií kultúry, účastník sa má zamyslieť a vybrať definíciu, ktorú preferuje, môže ich byť aj viac. Po jej označení je vyzvaný, aby svoje rozhodnutie odôvodnil. Na výber je päť alternatívnych definícií. Akú definíciu preferujete? Môžete si vybrať toľko možností, koľko uznáte za vhodné.

1. Objektívne viditeľné artefakty, ako sú rituály, povery, hrdinovia, mýty, symboly.
2. Základné pravdy o identite a vzťahoch, čase a priestore, spôsoboch myslenia a učenia, spôsoboch práce a organizácie a spôsoboch komunikácie.
3. Ideály zdieľané členmi skupiny, ku ktorým sa viažu silné emócie.
4. „Správne“ a „nesprávne“ spôsoby robenia vecí. Pravidlá, podľa ktorých ľudia žijú v praxi.
5. Subjektívne behaviorálne orientácie robí veci skôr jedným spôsobom ako iným.

Postrehy a návrhy do diskusie:

Mnoho účastníkov sa rozhodne pre jeden, alebo dva výroky, namiesto toho, aby videli každé ako súčasť širšieho konceptu kultúry. V skutočnosti každá definícia odráža jeden aspekt kultúry.

2. Hľadaj si skupinu – 60 min.

Školiteľ nalepí každému účastníkovi na chrbát papierový kruh rôznej farby a nasleduje:

1. kolo, kde ich vyzve, aby sa dali do skupín, podľa vlastného uváženia (účastníci sa väčšinou automaticky identifikujú a spoja sa s účastníkmi, ktorí majú na chrbte kruh rovnakej farby...)





2. kolo, školiteľ prilepí účastníkom ďalší farebný kruh (niekto bude mať na chrbte 2 kruhy rovnakej farby, ale mnohí už nie) a opäť ich vyzve vytvoriť skupiny (tu už účastníci začínajú uvažovať a špekulovať, podľa akých kritérií skupiny vytvoriť)
3. kolo, školiteľ prilepí 3. farebný kruh každému účastníkovi a zadanie zopakuje - spojiť sa do skupín

Cieľom je uvedenie si sebareflexiou, ako rýchlo sme schopní vytvárať selekcie v živote podľa vonkajších vplyvov. Sme ochotní prijať rôzne farby? Kde sú hranice prijatia? Podľa čoho robíme výbery aj v reálnom živote? Vieme prijať inakosť?

3. Kultúrna rozmanitosť cez banány – 20 min.

Školiteľ pripraví pre každého účastníka jeden banán. Účastníkom ich rozdá a požiada ich, aby ich zatiaľ nejedli, ale aby si každý veľmi pozorne poobzeral svoj banán, poobracal ho zo všetkých strán. Bez toho, aby ho lúpali, má každý účastník preskúmať do najmenších podrobností svoj. Aj keď sa na prvý pohľad všetky banány podobajú, po bližšom preskúmaní účastníci vidia, že každý z nich je na povrchu iný, takže sa dá rozpoznať a odlíšiť od ostatných. Za úlohu majú zapamätať si svoj banán tak, aby ho vedeli po chvíli rozpoznať medzi ostatnými. Po chvíli ich školiteľ pozbiera späť na misu, zmení ich miesto na mise a úlohou účastníkov je rozpoznať a vybrať z misy ten svoj. Úloha sa na počudovanie zdá ľahká.

V druhej časti aktivity účastníci banán olúpu, poobzerajú si ho a odovzdajú na misu. Rozpoznať ho teraz je už veľmi ťažké. Kým účastníci jedia banány, školiteľ by mal zdôrazniť, že podobne je to aj u ľudí. Aj keď sme navonok rôznorodí, máme inú farbu kože a inak sa obliekame a zdobíme, zvnútra – z hľadiska ľudských potrieb – nie sme až takí rozdielni.



Právo a podnikanie

Ciele bloku

- zoznámiť sa s právnym minimom spojeným s podnikaním
- vedieť vyhľadávať zdroje informácií a materiály o podnikaní na Slovensku a v okolitých štátoch

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa, markery, papier formátu A4, internet, prípadové štúdie

Dĺžka v minútach

150 min.

Zhrnutie

1. Byť podnikateľom – individuálna práca – 30 min.
2. Ako urobiť prvý krok – práca v skupine + diskusia – 60 min.
3. Prípadová štúdia – reflexia nad riešením konkrétnej situácie, ktorej čelí podnikateľ z prípadovej štúdie. Analýza a hľadanie riešenia. – 60 min.

Inštrukcie

1. Byť podnikateľom – 30 min.

Každý účastník vytvorí svoju firmu vo forme:

- názov
- logo
- zameranie/oblasť činnosti (v kreatívnom priemysle)

Účastníci budú môcť využiť svoje tvorivé schopnosti, aby vytvorili reklamu pre svoju firmu. Účastníci si vzájomne odprezentujú svoje nápady na podnikanie.

Pokiaľ je skupina vekovo zrelšia, v bloku možno tiež využiť nasledovné možnosti:

- zvoliť právnu formu podnikania
- zvoliť účtovnú firmu
- skúsiť si pripraviť zakladaciu listinu alebo spoločenskú zmluvu alebo napísať, aké povinné obsahové náležitosti tieto dokumenty musia obsahovať
- čo je potrebné pri online založení živnosti/klasické založenie živnosti
- založenie firemného bankového účtu
- vyrobiť/navrhnuť pečiatku firmy a pod.

2. Ako urobiť prvý krok – 60 min.

Účastníci budú v skupine diskutovať o tom, aké kroky je treba podniknúť, keď chceme založiť firmu. Účastníci dostanú kartičky s jednotlivými krokmi, ktoré budú musieť zoradiť v správnom poradí, a to buď na základe vlastných skúseností alebo s pomocou poskytnutých materiálov, alebo internetu. Po zoradení prezentujú svoje prípravy a zdôvodnia výber poradia, ktoré si zvolili.

3. Prípadová štúdia – 60 min.

Účastníci sa v menších skupinkách zamyslia nad riešením pre svoju modelovú/potencionálnu firmu. Spoločne budú riešiť situácie, v ktorých sa môže podnikateľ ocitnúť a pokúsia sa nájsť odpoveď na otázky v poskytnutých materiáloch alebo na internete.

Zdroje:

Založenie živnosti online v roku 2021 | Podnikajte.sk
Porovnanie živnosti a s. r. o. v roku 2022 | Podnikajte.sk
Zakladateľská listina s.r.o. a jej vzor | Podnikajte.sk



Prílohy



Príloha 1: Materiál – ako urobiť prvý krok

Zoradíte v správnom poradí:

- zistiť ako podnikateľ ako fyzická osoba (ďalej aj ako „FO“)
- zistiť aké právnické osoby (ďalej aj ako „PO“) sú vhodné pre moje podnikanie
- nájsť si dobrú účtovnú firmu/účtovníčku
- overiť, čo potrebujem k registrácii živnosti online alebo klasicky
- overiť povinnosti podnikateľa (FO/PO) pri začatí podnikania (sociálne, zdravotné poistenie a i.)
- pripraviť zakladateľskú listinu alebo spoločenskú zmluvu, pokiaľ budem podnikateľ ako PO
- zaistenie sídla pre svoju spoločnosť
- založiť si bankový účet

Zdroje:

www.podnikajte.sk
Porovnanie živnosti a s. r. o. v roku 2022 | Podnikajte.sk
Zakladateľská listina s.r.o. a jej vzor | Podnikajte.sk
www.slovensko.sk

Inšpirácia:

Naštartuj to! - Najväčšia databáza nápadov na podnikanie. 1600+ nápadov. (nastartujto.sk) alebo iné

Príloha 2: Prípadové štúdie

Príklad 1:

Ján Kováč už niekoľko rokov podniká ako FO v odvetví umeleckého kováčstva. Nedávno sa s kamarátom rozprával, že on podniká a má vlastnú firmu - spoločnosť s ručením obmedzeným (s.r.o.). To pána Kováča začalo zaujímať. Skúste mu poradiť:

- Akú inú právnu formu by mohol pán Kováč zvoliť pre svoje podnikanie na Slovensku?
- Prečo by to malo byť pre neho vhodné podnikanie?
- Mal by pán Kováč podnikateľ ako živnostník?

Pravda alebo lož?

„Každý podnikateľ pôsobí pod nejakou firmou.“

„Zmena firmy nevyžaduje zmenu v zápise v Obchodnom registri.“

„Firma je súkromný majetok.“

„Firma, ktorá je PO, musí v názve obsahovať označenie právnej formy.“

„Budeš platiť vyššie dane.“

„FO, ktorá podniká, nemusí mať účet.“

Príklad 2:

Anna Nováková má spoločnosť s ručením obmedzeným, ktorá sa zaoberá ručnou výrobou. V tejto firme má uzavretú zmluvu o výkone funkcie s fixnou odmenou. Z tejto odmeny odvádza každý mesiac sociálne a zdravotné poistenie a zálohu na daň. Keď je firma v zisku, vyplatí si tento zisk. Na konci roku podáva priznanie k dani z príjmov PO a prehľady pre poisťovne.

- Aké sú výhody a nevýhody tohto riešenia a ako inak by mohla riešiť svoje zdanenie?
- Akou inou formou by mohla odvádzať dane?
- Je náročné viesť účtovníctvo?

Zhrnutie:

Ako sa vám tento blok páčil? Čo vás inšpirovalo, čo si z neho odnášate? Boli pre vás úlohy ľahké alebo ťažké? Ak ťažké prečo?

Čo bolo podľa vás cieľom bloku? Čo je dôležité pri zakladaní podniku a prečo? Kde by ste hľadali informácie o podnikaní? Kto z vás by chcel začať podnikateľ? Uplatníte získané skúsenosti a informácie z tohto bloku v budúcnosti?



Legislatíva – Vytvor si svoj vlastný podnik/podnikateľskú činnosť v kreatívnom priemysle



Ciele bloku

- pomenovať zámery/vízie/ciele v podnikaní
- pomenovať priority a zhodnotiť možnosti v podnikaní
- analyzovať výhody a nevýhody rôznych foriem podnikania
- vytvoriť vision board, koleso rovnováhy



Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

- flipchartová tabuľa, markery, postity, rôzne obrázky z časopisov, kancelársky papier, papiera, perá, notesy, lepidlo, iné kreatívne pomôcky



Dĺžka v minútach

190 min.



Zhrnutie

1. Tvorba vízií a zámerov v podnikaní (tvorba vision boardu a kolesa rovnováhy) – 80 min.
2. Vyber si formu podnikania (skupinová práca) – 70 min.
3. Výhody a nevýhody vybraných foriem podnikania – 40 min.



Inštrukcie

1. Tvorba vízií/zámerov/cielov v podnikaní – vnútorné motivácie k podnikaniu (brainstorming, tvorba vision boardu a kolesa rovnováhy) – 80 min.

Po úvodnom brainstormingu bude úlohou účastníkov napísať vízie/zámery/ciele v podnikaní v kreatívnom priemysle – “Aké sú naše vízie/zámery/ciele v podnikaní?”. Každý účastník dostane papier/blok, na ktorom je vytlačená maketa kolesa rovnováhy.

Na kolese rovnováhy je 8 častí, pričom každá z nich reprezentuje určitú časť v živote napr. práca/kariéra, osobnostný rozvoj, fyzická kondícia, peniaze, zdravie, rodina/priatelia, vzťah s partnerom, zábava/relax. Účastníci označia číselnú hodnotu od 0 do 10 pri každej jednej časti na číselnej osi podľa toho, ako sa im v danej oblasti darí 0 = najmenej sa mi darí, 10 = najviac sa mi darí. Do jednotlivých častí môžu účastníci navrhnúť oblasti podľa ich záujmu.

Účastníci si môžu vytvoriť prostredníctvom obrázkov svoj vision board, kde majú zaznamenané svoje sny a vízie.

Následne si stanovujú 3 hlavné ciele vo svojom podnikaní.

Po zapísaní lektor vyzve účastníkov, aby zreflektovali vízie/zámery/ciele v podnikaní, zhodnotia, kde sa práve teraz nachádzajú a následne, kde sa chcú dostať vo vybraných životných oblastiach (zadefinovať si: Aký je môj súčasný stav? Kde sa chcem dostať?). Zhodnotia realnosť dosiahnutia 3 hlavných cieľov vo svojom podnikaní.

Vedeli ste jednoznačne napísať svoju víziu/zámer? Bolo jednoduché stanoviť si ciele v podnikaní? Bolo jednoduché pomenovať, kde sa v určitých oblastiach nachádzame a kam chceme smerovať?

Následne lektor vyzve účastníkov, aby po jednom pristúpili k flipchartovej tabuli a predstavili svoje vízie/zámery/ciele, a tiež pomenovali svoj súčasný stav a kde sa chcú dostať. Pokúsia sa zhodnotiť realnosť, dosiahnuteľnosť stanovených cieľov a priorít v podnikaní.



Pred záverom aktivity lektor vysvetlí, ako si definovať ciele v podnikaní tak, aby boli konkrétne, reálne, dosiahnuteľné, merateľné a časovo ohraničené. Lektor vysvetlí na konkrétnom príklade, ako si definovať ciele v podnikaní. Účastníkom poskytne definície a príklady z praxe.

Na záver lektor vyzve účastníkov, aby doplnili vízie/zámery/ciele v podnikaní tak, aby brali do úvahy svoje vnútorné podmienky (koleso rovnováhy) ako i realnosť dosiahnutia stanovených cieľov, ktoré budú v súlade s víziou/zámerom.

2. Vyber si formu podnikania (brainstorming, analýza) – 70 minút

Lektor napíše na flipchartovú tabuľu rôzne formy podnikania a úlohou účastníkov bude na základe aktivity č. 1 vybrať a na postity napísať pre nich vhodnú formu podnikania a prilepiť postit na tabuľu.

Účastníci budú zapisovať pre nich vyhovujúce formy podnikania na osobitný postit a lepiť na tabuľu pod vybranú formu podnikania.

Po zapísaní lektor vyzve účastníkov, aby zreflekovali zapísané formy podnikania. (Bolo jednoduché zdefinovať formu podnikania? Čo Vás motivovalo k výberu formy podnikania?)

Následne lektor vyzve účastníkov, aby po jednom pristúpili k flipchartovej tabuľi a predstavili vybranú formu podnikania a vysvetlili, prečo si vybrali práve túto formu podnikania.

Pred záverom aktivity lektor zhodnotí, ktoré formy podnikania v kreatívnom priemysle si účastníci vybrali najviac, a vysvetlí rozdiel medzi jednotlivými formami podnikania. Rozdá pripravené materiály účastníkom – formy podnikania a povinnosti podnikateľa, ktoré vyplývajú z legislatívy.

Na záver lektor vyzve účastníkov, aby účastníci doplnili svoje výbery foriem podnikania, prípadne pripravili alternatívne možnosti.

3. Výhody a nevýhody vybranej formy podnikania (rolová hra, diskusia, skupinová práca) – 40 min.

Lektor prečíta účastníkom príbeh o kreatívcovi, ktorý začína podnikáť a vyberá si medzi rôznymi formami podnikania. Kreatívec si nevie vybrať, potrebuje vedieť, čo by bolo v súvislosti s jeho situáciou najoptimálnejšie riešenie. Lektor vyzve skupiny, aby navrhli z ich pohľadu tú najoptimálnejšiu formu podnikania. Každá skupina obhajuje svoju formu podnikania a je preto „advokátom“ svojej formy podnikania. Ostatné skupiny sú „porotou“ atď.

Lektor dá skupinám čas na krátku poradu a prípravu pred „pojednáváním“ – prezentáciou.

Lektor vyzve skupiny, aby si svoje riešenia zapisovali na svoj flipchart a následne, aby predstavili riešenia pre daný prípad a aj výhody zvolenej formy podnikania.

Po zapísaní lektor vyzve účastníkov, aby zreflekovali vybrané riešenia – vybrané formy podnikania, ich výhody (Ako ste sa cítili? Išlo to ľahšie, ako pri bežnom vymenovaní výhod a nevýhod? Čo sa vám zdalo náročné?).

Následne lektor vyzve „advokátov“ skupín, aby po jednom pristúpili k flipchartovej tabuľi a predstavili zvolenú formu podnikania a presvedčili „sudcu“ (lektora) a porotu, prečo jeho forma je tá najlepšia.

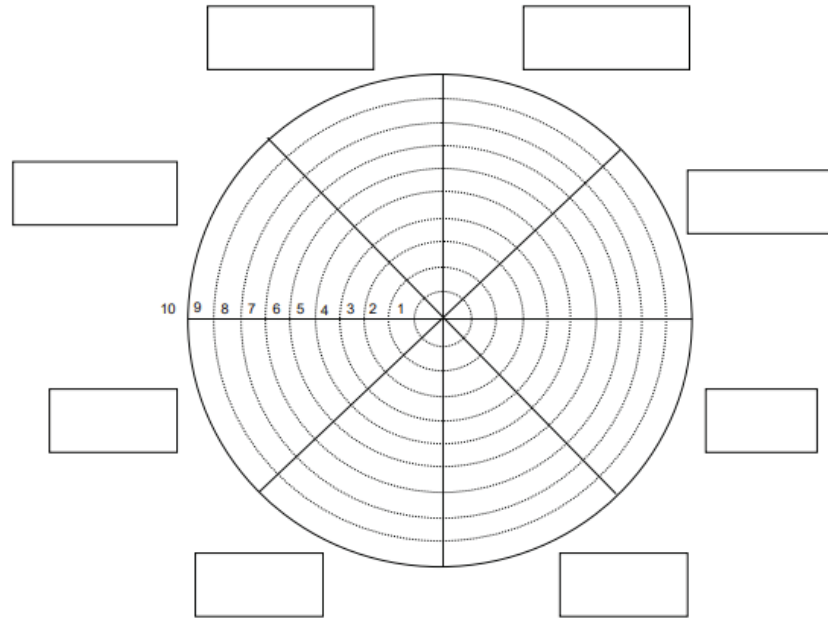
Pred záverom aktivity lektor a účastníci posudzujú a vyberajú najoptimálnejšie riešenie pre podnikateľa. Prípadne navrhnu aj iné možné riešenia a rady pre podnikateľa.

Na záver celého bloku bude spoločná diskusia a zhrnutie celého bloku, prínosy pre jednotlivca/skupinu. Kde máme ešte otázky? Čo nám prinieslo vzdelávanie?



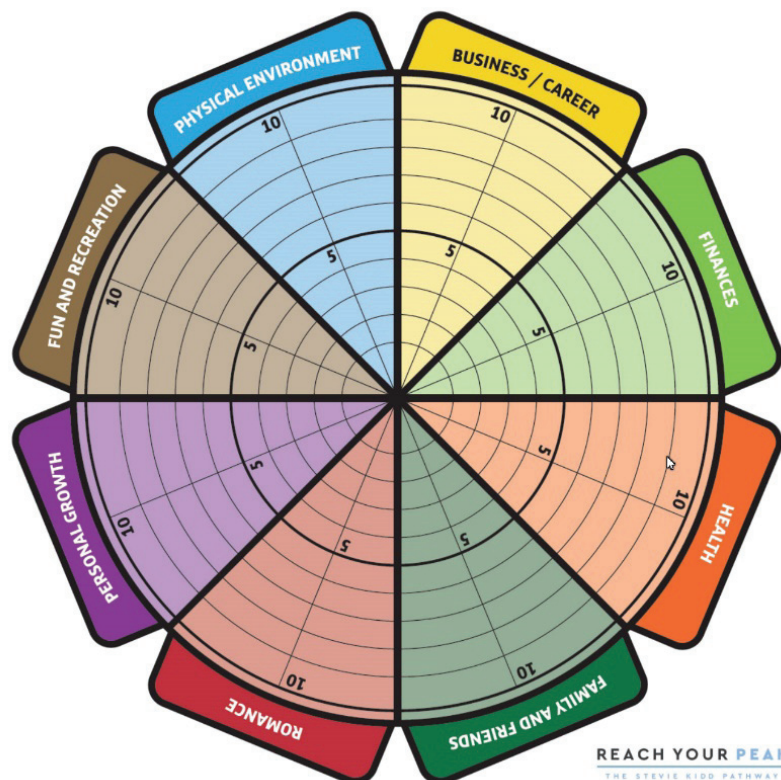
Prílohy

Príloha 1: Koleso životnej rovnováhy



Zdroj: Kolo rovnováhy – jak najít stabilitu v uspěchané době – Nikola Šraibová (nikola-sraibova.cz)

Príloha 2: Príklad kolesa životnej rovnováhy



Zdroj: Wheel of Life - Take the Quiz - Stevie Kidd Pathway

Prílohy

Príloha 3: Príklad

Jakub je mladý kreativec, ktorý od malička pracuje s hlinou v dielni svojho dedka. Najskôr robil malé drobnosti, pomáhal dedovi a neskôr sám začal točiť na kruhu poháre, džbány, taniere, vázy a vyrábal aj kachličky,... Vyštudoval strednú školu a už popri nej rozmýšľal, čo by mohol ďalej robiť. Hlinu a prácu s ňou má rád, no uvedomuje si, že zatiaľ to je, viac-menej, práca popri inej platenej práci. Veľmi si praje živiť sa prácou s hlinou.

Viete mu poradiť ako začať podnikať? Ktorá forma podnikania by bola pre neho najvhodnejšia? Čo by bolo dobré, aby na začiatku zvažil? Ako mu poradíte...

Pre svoje podnikanie má k dispozícii, dlhoročné skúsenosti od svojho deda – majstra ľudového umenia – hrnčiara. Maturitu s výučným listom ako elektrikár. Priestor dielne od svojho deda, ktorý môže využívať k svojej činnosti.





Základné formy získavania finančných prostriedkov

- Ako získať zdroje pre realizáciu svojich nápadov/projektov
- Nástroje financovania v oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu a projektový manažment

Ciele bloku

- zorientovať pracovníkov s mládežou v problematike viaczdrojového financovania a projektového manažmentu, predstaviť im vhodné a jednoduché nástroje na realizáciu svojich nápadov a projektov tak, aby ich dokázali aplikovať
- porozumieť a vedieť analyzovať, vysvetliť a usporiadať jednotlivé pojmy a vzťahy v oblasti financovania a získavania finančných prostriedkov

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

Pre každý tím v rámci skupiny:

- magnetická alebo flipchartová tabuľa
- kartičky s pojmami a definíciami – vytlačiť obojstranne (príloha 1.1)
- kartičky s príkladmi (príloha 1.2)
- šípky s väzbami (príloha 1.3)

Pre každého účastníka:

- papier alebo poznámkový blok, fixky, perá alebo ceruzky

Dĺžka v minútach

105 min. (30 min. + 30 min. + 45 min.)

Zhrnutie

1. Základná terminológia – puzzle financovania (lepenie na flipchartovú tabuľu, skupinová práca) – 30 min.
2. Ukladačka – vytvorenie pojmovej a vzťahovej mapy (skupinová práca) – 30 min.
3. Hovorca a oponenti – (diskusia) – 45 min.

Inštrukcie

Školiteľ po dohode rozdelí skupinu na 4-členné tímy, ktoré budú v takomto zložení pracovať aj v ostatných školiaciach blokoch. Každý tím si zvolí svoju farbu (podľa farieb pripravených kartičiek a pracovných listov).

1. Základná terminológia - Puzzle financovania – 30 min.

Školiteľ každej skupine rozdá kartičky s názvom pojmu či procesu a kartičky s konkrétnym príkladom, prípadne definíciou. Úlohou účastníkov v skupine bude priradiť príklady alebo definície k terminológii. Po ukončení práce v skupine si jednotlivé pojmy s príkladmi a definíciami odprezentujú účastníci spolu so školiteľom a zoradia na flipchartovú tabuľu. Školiteľ vyzýva postupne jednotlivé skupiny s nasledujúcimi pojmami, kým nepriradia všetky správne.

2. Ukladačka - vytvorenie pojmovej a vzťahovej mapy – 30 min.

Každý 4-členný tím má k dispozícii identické kartičky pojmov a procesov. Úlohou tímov je pripraviť pojmovú mapu s rozmiestnením pojmov a priradením procesov (kartičky) a vzájomných väzieb (veľmi dôležité, dôležité, menej dôležité).

3. Hovorca a oponenti – 45 min.

Každý tím určí svojho hovorcu, ktorý odprezentuje vytvorenú pojmovú mapu tímu a zdôvodní umiestnenie kartičiek a šípok. Členovia ostatných tímov sa budú môcť k navrhnutému rozmiestneniu vyjadriť. Školiteľ na záver vyhodnotí celú aktivitu a jej výsledok.



Prílohy



Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

PROJEKT

**CIEĽ
PROJEKTU**

PROBLÉM

**VÝCHODISKOVÁ
SITUÁCIA**

ZDROJE

**PROJEKTOVÁ
AKTIVITA**

GRANT

**PROJEKTOVÉ
RIZIKO**

ROZPOČET

**CIEĽOVÁ
SKUPINA**



Prílohy

Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

Dosiahnutie určitého želaného stavu, ktorý naplní náš zámer a zmení identifikovaný problém, východiskovú situáciu. Môže byť kvantitatívny alebo kvalitatívny. Má spĺňať SMART charakteristiky (špecifický, merateľný, akceptovateľný, realistický, časovo ohraničený).

Súbor aktivít, ktoré je potrebné realizovať k dosiahnutiu stanoveného cieľa, zmeny východiskovej situácie. Je nástrojom na dosiahnutie tejto zmeny a spôsobom, akým sa nápady a ciele prenesú do reality. Je jedinečný, časovo ohraničený a má obmedzené zdroje.

Aktuálny identifikovaný stav, ktorý chceme zmeniť, určený na základe merateľných údajov, ukazovateľov v danej oblasti. Popis a identifikácia problémov, ktoré by mal projekt vyriešiť - a ich príčin.

Konkrétny identifikovaný negatívny stav, úloha, proces, ktorý chceme projektom zmeniť, vyriešiť, odstrániť. Rozdiel medzi súčasným a budúcim želaným stavom.

Nástroj, forma s konkrétnou metódou na dosiahnutie stanoveného cieľa, viazaná a určená v čase a priestore a limitovaná ďalšími zdrojmi (finančnými, personálnymi...).

Jeden z hlavných parametrov projektu (okrem rozsahu a času). Súbor obmedzených prostriedkov potrebných na realizáciu projektov, vymedzený ako ľudské zdroje, finančné a materiálové zdroje. Vytvárajú výdavky a sú závislé od rozpočtu.

Suma vonkajších i vnútorných faktorov, ktoré negatívne ovplyvňujú projektový proces. Sú spojené s limitmi projektových zdrojov (personálne, časové, finančné). Veľkosť a miera rizika je priamo úmerná veľkosti, záberu, rozsahu či komplexnosti projektu.

Výška finančných zdrojov na financovanie projektových aktivít k dosiahnutiu cieľa. Účelovo vyčlenená a limitovaná finančná suma pridelená na riešenie určitého problému.

Súhrn všetkých osôb, alebo skupín, na ktoré je projekt zameraný, ktoré budú mať z jeho realizácie prospech a ktoré priamo (primárne), či nepriamo (sekundárne) ovplyvňuje.

Plán výdavkov a príjmov. Špecifikujeme ním náklady potrebné na úspešnú realizáciu projektu a naplnenie cieľov. Má svoje pravidlá a delenie na jednotlivé položky, ktoré sa v rámci grantových výziev líšia.

Prílohy



Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

FUNDRAISING	CROWDFUNDING
ODMENA	KAMPAŇ
PODPOROVATEĽ	DARCA
INVESTOR	PLATFORMA



Prílohy

Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

Je to alternatívna forma financovania, ktorá spája tých, ktorí majú k dispozícii finančné prostriedky a chcú ich investovať s tými, ktorí prostriedky na financovanie konkrétneho projektu potrebujú. Funguje na princípe zbierania menších individuálnych príspevkov od veľkého počtu osôb, väčšinou prostredníctvom internetu. Projekty sú zvyčajne zamerané na financovanie relatívne menších cieľov. Na jednej strane je osoba s nápadom na projekt, ktorá pripraví crowdfundingovú kampaň – vlastník projektu a na strane druhej ide o investorov – prispievateľov.

Je proces alebo sústavná činnosť, ktorej výsledkom je zhromažďovanie a získavanie príspevkov a finančných zdrojov na podporu projektu, činnosti organizácie, jednotlivca, aktivity, projektu. Jeho najčastejšími metódami sú crowdfunding, darcovstvo, granty.

Je crowdfundingová výzva zverejnená na online platforme so zámerom zapojiť verejnosť do financovania projektu, býva časovo ohraničená.

Je poďakovanie podporovateľom za príspevok v crowdfundingovej kampani. Je to najčastejšie niečo, čo bezprostredne súvisí s podporovaným projektom - tričko s motívom projektu, vstupenky na podujatie či napríklad knižka, na vydanie ktorej autor získava finančnú podporu.

Podporovateľ kampane realizovanej formou darcovského crowdfundingu. Svojím darom prispieva na dosiahnutie cieľa kampane a neočakáva za to žiadnu protihodnotu. Ide najmä o rôzne zbierky.

Fyzická alebo právnická osoba, ktorá príspevkom podporí realizáciu projektu prostredníctvom aktívnej kampane, vďaka čomu môže získať niektorú z odmien ponúkaných autorom kampane.

Webový portál, ktorý ponúka možnosť zverejnenia výzvy na získanie finančnej podpory od verejnosti.

Podporovateľ kampane realizovanej formou investičného crowdfundingu, ktorý umožňuje vložiť kapitál do firmy podľa vlastného výberu a získať tak podiel i možnosť zhodnotiť svoje investície. Firma na oplátku získava finančné zdroje na rozvoj svojich aktivít.

Prílohy



Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

PROJEKT

**CIEĽ
PROJEKTU**

PROBLÉM

**VÝCHODISKOVÁ
SITUÁCIA**

ZDROJE

**PROJEKTOVÁ
AKTIVITA**

GRANT

**PROJEKTOVÉ
RIZIKO**

ROZPOČET

**CIEĽOVÁ
SKUPINA**



Prílohy

Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

Dosiahnutie určitého želaného stavu, ktorý naplní náš zámer a zmení identifikovaný problém, východiskovú situáciu. Môže byť kvantitatívny alebo kvalitatívny. Má spĺňať SMART charakteristiky (špecifický, merateľný, akceptovateľný, realistický, časovo ohraničený).

Súbor aktivít, ktoré je potrebné realizovať k dosiahnutiu stanoveného cieľa, zmeny východiskovej situácie. Je nástrojom na dosiahnutie tejto zmeny a spôsobom, akým sa nápady a ciele prenú do reality. Je jedinečný, časovo ohraničený a má obmedzené zdroje.

Aktuálny identifikovaný stav, ktorý chceme zmeniť, určený na základe merateľných údajov, ukazovateľov v danej oblasti.
Popis a identifikácia problémov, ktoré by mal projekt vyriešiť - a ich príčin.

Konkrétny identifikovaný negatívny stav, úloha, proces, ktorý chceme projektom zmeniť, vyriešiť, odstrániť. Rozdiel medzi súčasným a budúcim želaným stavom.

Nástroj, forma s konkrétnou metódou na dosiahnutie stanoveného cieľa, viazaná a určená v čase a priestore a limitovaná ďalšími zdrojmi (finančnými, personálnymi...).

Jeden z hlavných parametrov projektu (okrem rozsahu a času). Súbor obmedzených prostriedkov potrebných na realizáciu projektov, vymedzený ako ľudské zdroje, finančné a materiálové zdroje. Vytvárajú výdavky a sú závislé od rozpočtu.

Suma vonkajších i vnútorných faktorov, ktoré negatívne ovplyvňujú projektový proces. Sú spojené s limitmi projektových zdrojov (personálne, časové, finančné). Veľkosť a miera rizika je priamo úmerná veľkosti, záberu, rozsahu či komplexnosti projektu.

Výška finančných zdrojov na financovanie projektových aktivít k dosiahnutiu cieľa. Účelovo vyčlenená a limitovaná finančná suma pridelená na riešenie určitého problému.

Súhrn všetkých osôb, alebo skupín, na ktoré je projekt zameraný, ktoré budú mať z jeho realizácie prospech a ktoré priamo (primárne), či nepriamo (sekundárne) ovplyvňuje.

Plán výdavkov a príjmov. Špecifikujeme ním náklady potrebné na úspešnú realizáciu projektu a naplnenie cieľov. Má svoje pravidlá a delenie na jednotlivé položky, ktoré sa v rámci grantových výziev líšia.

Prílohy



Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

FUNDRAISING	CROWDFUNDING
ODMENA	KAMPAŇ
PODPOROVATEĽ	DARCA
INVESTOR	PLATFORMA



Prílohy

Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

Je to alternatívna forma financovania, ktorá spája tých, ktorí majú k dispozícii finančné prostriedky a chcú ich investovať s tými, ktorí prostriedky na financovanie konkrétneho projektu potrebujú. Funguje na princípe zbierania menších individuálnych príspevkov od veľkého počtu osôb, väčšinou prostredníctvom internetu. Projekty sú zvyčajne zamerané na financovanie relatívne menších cieľov. Na jednej strane je osoba s nápadom na projekt, ktorá pripraví crowdfundingovú kampaň – vlastník projektu a na strane druhej ide o investorov – prispievateľov.

Je proces alebo sústavná činnosť, ktorej výsledkom je zhromažďovanie a získavanie príspevkov a finančných zdrojov na podporu projektu, činnosti organizácie, jednotlivca, aktivity, projektu. Jeho najčastejšími metódami sú crowdfunding, darcovstvo, granty.

Je crowdfundingová výzva zverejnená na online platforme so zámerom zapojiť verejnosť do financovania projektu, býva časovo ohraničená.

Je poďakovanie podporovateľom za príspevok v crowdfundingovej kampani. Je to najčastejšie niečo, čo bezprostredne súvisí s podporovaným projektom - tričko s motívom projektu, vstupenky na podujatie či napríklad knižka, na vydanie ktorej autor získava finančnú podporu.

Podporovateľ kampane realizovanej formou darcovského crowdfundingu. Svojím darom prispieva na dosiahnutie cieľa kampane a neočakáva za to žiadnu protihodnotu. Ide najmä o rôzne zbierky.

Fyzická alebo právnická osoba, ktorá príspevkom podporí realizáciu projektu prostredníctvom aktívnej kampane, vďaka čomu môže získať niektorú z odmien ponúkaných autorom kampane.

Webový portál, ktorý ponúka možnosť zverejnenia výzvy na získanie finančnej podpory od verejnosti.

Podporovateľ kampane realizovanej formou investičného crowdfundingu, ktorý umožňuje vložiť kapitál do firmy podľa vlastného výberu a získať tak podiel i možnosť zhodnotiť svoje investície. Firma na oplátku získava finančné zdroje na rozvoj svojich aktivít.

Prílohy



Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

PROJEKT

**CIEĽ
PROJEKTU**

PROBLÉM

**VÝCHODISKOVÁ
SITUÁCIA**

ZDROJE

**PROJEKTOVÁ
AKTIVITA**

GRANT

**PROJEKTOVÉ
RIZIKO**

ROZPOČET

**CIEĽOVÁ
SKUPINA**



Prílohy

Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

Dosiahnutie určitého želaného stavu, ktorý naplní náš zámer a zmení identifikovaný problém, východiskovú situáciu. Môže byť kvantitatívny alebo kvalitatívny. Má spĺňať SMART charakteristiky (špecifický, merateľný, akceptovateľný, realistický, časovo ohraničený).

Súbor aktivít, ktoré je potrebné realizovať k dosiahnutiu stanoveného cieľa, zmeny východiskovej situácie. Je nástrojom na dosiahnutie tejto zmeny a spôsobom, akým sa nápady a ciele prenú do reality. Je jedinečný, časovo ohraničený a má obmedzené zdroje.

Aktuálny identifikovaný stav, ktorý chceme zmeniť, určený na základe merateľných údajov, ukazovateľov v danej oblasti. Popis a identifikácia problémov, ktoré by mal projekt vyriešiť - a ich príčin.

Konkrétny identifikovaný negatívny stav, úloha, proces, ktorý chceme projektom zmeniť, vyriešiť, odstrániť. Rozdiel medzi súčasným a budúcim želaným stavom.

Nástroj, forma s konkrétnou metódou na dosiahnutie stanoveného cieľa, viazaná a určená v čase a priestore a limitovaná ďalšími zdrojmi (finančnými, personálnymi...).

Jeden z hlavných parametrov projektu (okrem rozsahu a času). Súbor obmedzených prostriedkov potrebných na realizáciu projektov, vymedzený ako ľudské zdroje, finančné a materiálové zdroje. Vytvárajú výdavky a sú závislé od rozpočtu.

Suma vonkajších i vnútorných faktorov, ktoré negatívne ovplyvňujú projektový proces. Sú spojené s limitmi projektových zdrojov (personálne, časové, finančné). Veľkosť a miera rizika je priamo úmerná veľkosti, záberu, rozsahu či komplexnosti projektu.

Výška finančných zdrojov na financovanie projektových aktivít k dosiahnutiu cieľa. Účelovo vyčlenená a limitovaná finančná suma pridelená na riešenie určitého problému.

Súhrn všetkých osôb, alebo skupín, na ktoré je projekt zameraný, ktoré budú mať z jeho realizácie prospech a ktoré priamo (primárne), či nepriamo (sekundárne) ovplyvňuje.

Plán výdavkov a príjmov. Špecifikujeme ním náklady potrebné na úspešnú realizáciu projektu a naplnenie cieľov. Má svoje pravidlá a delenie na jednotlivé položky, ktoré sa v rámci grantových výziev líšia.

Prílohy



Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

FUNDRAISING	CROWDFUNDING
ODMENA	KAMPAŇ
PODPOROVATEĽ	DARCA
INVESTOR	PLATFORMA



Prílohy

Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

Je to alternatívna forma financovania, ktorá spája tých, ktorí majú k dispozícii finančné prostriedky a chcú ich investovať s tými, ktorí prostriedky na financovanie konkrétneho projektu potrebujú. Funguje na princípe zbierania menších individuálnych príspevkov od veľkého počtu osôb, väčšinou prostredníctvom internetu. Projekty sú zvyčajne zamerané na financovanie relatívne menších cieľov. Na jednej strane je osoba s nápadom na projekt, ktorá pripraví crowdfundingovú kampaň – vlastník projektu a na strane druhej ide o investorov – prispievateľov.

Je proces alebo sústavná činnosť, ktorej výsledkom je zhromažďovanie a získavanie príspevkov a finančných zdrojov na podporu projektu, činnosti organizácie, jednotlivca, aktivity, projektu. Jeho najčastejšími metódami sú crowdfunding, darcovstvo, granty.

Je crowdfundingová výzva zverejnená na online platforme so zámerom zapojiť verejnosť do financovania projektu, býva časovo ohraničená.

Je poďakovanie podporovateľom za príspevok v crowdfundingovej kampani. Je to najčastejšie niečo, čo bezprostredne súvisí s podporovaným projektom - tričko s motívom projektu, vstupenky na podujatie či napríklad knižka, na vydanie ktorej autor získava finančnú podporu.

Podporovateľ kampane realizovanej formou darcovského crowdfundingu. Svojím darom prispieva na dosiahnutie cieľa kampane a neočakáva za to žiadnu protihodnotu. Ide najmä o rôzne zbierky.

Fyzická alebo právnická osoba, ktorá príspevkom podporí realizáciu projektu prostredníctvom aktívnej kampane, vďaka čomu môže získať niektorú z odmien ponúkaných autorom kampane.

Webový portál, ktorý ponúka možnosť zverejnenia výzvy na získanie finančnej podpory od verejnosti.

Podporovateľ kampane realizovanej formou investičného crowdfundingu, ktorý umožňuje vložiť kapitál do firmy podľa vlastného výberu a získať tak podiel i možnosť zhodnotiť svoje investície. Firma na oplátku získava finančné zdroje na rozvoj svojich aktivít.

Prílohy



Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

PROJEKT

**CIEĽ
PROJEKTU**

PROBLÉM

**VÝCHODISKOVÁ
SITUÁCIA**

ZDROJE

**PROJEKTOVÁ
AKTIVITA**

GRANT

**PROJEKTOVÉ
RIZIKO**

ROZPOČET

**CIEĽOVÁ
SKUPINA**



Prílohy

Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

Dosiahnutie určitého želaného stavu, ktorý naplní náš zámer a zmení identifikovaný problém, východiskovú situáciu. Môže byť kvantitatívny alebo kvalitatívny. Má spĺňať SMART charakteristiky (špecifický, merateľný, akceptovateľný, realistický, časovo ohraničený).

Súbor aktivít, ktoré je potrebné realizovať k dosiahnutiu stanoveného cieľa, zmeny východiskovej situácie. Je nástrojom na dosiahnutie tejto zmeny a spôsobom, akým sa nápady a ciele prenesú do reality. Je jedinečný, časovo ohraničený a má obmedzené zdroje.

Aktuálny identifikovaný stav, ktorý chceme zmeniť, určený na základe merateľných údajov, ukazovateľov v danej oblasti. Popis a identifikácia problémov, ktoré by mal projekt vyriešiť - a ich príčin.

Konkrétny identifikovaný negatívny stav, úloha, proces, ktorý chceme projektom zmeniť, vyriešiť, odstrániť. Rozdiel medzi súčasným a budúcim želaným stavom.

Nástroj, forma s konkrétnou metódou na dosiahnutie stanoveného cieľa, viazaná a určená v čase a priestore a limitovaná ďalšími zdrojmi (finančnými, personálnymi...).

Jeden z hlavných parametrov projektu (okrem rozsahu a času). Súbor obmedzených prostriedkov potrebných na realizáciu projektov, vymedzený ako ľudské zdroje, finančné a materiálové zdroje. Vytvárajú výdavky a sú závislé od rozpočtu.

Suma vonkajších i vnútorných faktorov, ktoré negatívne ovplyvňujú projektový proces. Sú spojené s limitmi projektových zdrojov (personálne, časové, finančné). Veľkosť a miera rizika je priamo úmerná veľkosti, záberu, rozsahu či komplexnosti projektu.

Výška finančných zdrojov na financovanie projektových aktivít k dosiahnutiu cieľa. Účelovo vyčlenená a limitovaná finančná suma pridelená na riešenie určitého problému.

Súhrn všetkých osôb, alebo skupín, na ktoré je projekt zameraný, ktoré budú mať z jeho realizácie prospech a ktoré priamo (primárne), či nepriamo (sekundárne) ovplyvňuje.

Plán výdavkov a príjmov. Špecifikujeme ním náklady potrebné na úspešnú realizáciu projektu a naplnenie cieľov. Má svoje pravidlá a delenie na jednotlivé položky, ktoré sa v rámci grantových výziev líšia.

Prílohy



Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

FUNDRAISING	CROWDFUNDING
ODMENA	KAMPAŇ
PODPOROVATEĽ	DARCA
INVESTOR	PLATFORMA



Prílohy

Príloha 1.1: Kartičky s pojmami a definíciami (vytlačiť obojstranne)

Je to alternatívna forma financovania, ktorá spája tých, ktorí majú k dispozícii finančné prostriedky a chcú ich investovať s tými, ktorí prostriedky na financovanie konkrétneho projektu potrebujú. Funguje na princípe zbierania menších individuálnych príspevkov od veľkého počtu osôb, väčšinou prostredníctvom internetu. Projekty sú zvyčajne zamerané na financovanie relatívne menších cieľov. Na jednej strane je osoba s nápadom na projekt, ktorá pripraví crowdfundingovú kampaň – vlastník projektu a na strane druhej ide o investorov – prispievateľov.

Je proces alebo sústavná činnosť, ktorej výsledkom je zhromažďovanie a získavanie príspevkov a finančných zdrojov na podporu projektu, činnosti organizácie, jednotlivca, aktivity, projektu. Jeho najčastejšími metódami sú crowdfunding, darcovstvo, granty.

Je crowdfundingová výzva zverejnená na online platforme so zámerom zapojiť verejnosť do financovania projektu, býva časovo ohraničená.

Je poďakovanie podporovateľom za príspevok v crowdfundingovej kampani. Je to najčastejšie niečo, čo bezprostredne súvisí s podporovaným projektom - tričko s motívom projektu, vstupenky na podujatie či napríklad knižka, na vydanie ktorej autor získava finančnú podporu.

Podporovateľ kampane realizovanej formou darcovského crowdfundingu. Svojím darom prispieva na dosiahnutie cieľa kampane a neočakáva za to žiadnu protihodnotu. Ide najmä o rôzne zbierky.

Fyzická alebo právnická osoba, ktorá príspevkom podporí realizáciu projektu prostredníctvom aktívnej kampane, vďaka čomu môže získať niektorú z odmien ponúkaných autorom kampane.

Webový portál, ktorý ponúka možnosť zverejnenia výzvy na získanie finančnej podpory od verejnosti.

Podporovateľ kampane realizovanej formou investičného crowdfundingu, ktorý umožňuje vložiť kapitál do firmy podľa vlastného výberu a získať tak podiel i možnosť zhodnotiť svoje investície. Firma na oplátku získava finančné zdroje na rozvoj svojich aktivít.

Prílohy



Príloha 1.2: Kartičky s príkladmi

Pripraviť zámer možností revitalizácie priestoru a plánovaných aktivít, pomenovať jednotlivé kroky, identifikovať čas, náklady a personál potrebný na ich realizáciu. V predpísanom formulári a do uzávierky odoslať.

Realizovať drobné stavebné úpravy, modernizovať a vybaviť priestor tanečnej sály ako multifunkčné miesto pre tvorbu a výstavnú prezentáciu, priestor získať do dlhodobého bezodplatného prenájmu od mesta. Realizovať ročne 2 výstavy.

Neexistujúci priestor na tvorbu a prezentáciu mladých, neformálne združených umelcov z mesta je príčinou aj malého záujmu o tvorbu a prezentáciu nadaných umelcov.

V meste N pôsobí už niekoľko rokov neformálna skupina mladých umelcov. V meste sa nachádzajú iba komerčné a spolpatnené priestory na výstavy, chýba nízkoprahový priestor pre neformálne tvorivé stretnutia a výstavy výtvarníkov. Mesto však disponuje vlastným objektom CVČ, v ktorom je dlhodobo nevyužívaná tanečná sála so samostatným vchodom.

Náš projektový tím budú tvoriť traja členovia: projektový manažér, finančný manažér a koordinátor realizácie a publicity - členovia našej výtvarnej skupiny, ktorí už majú skúsenosti s realizáciou projektov. Projekt budeme koordinovať v dlhodobom prepožičaných priestoroch s plným technickým vybavením a prístupom na internet. Darom máme zabezpečený výstavný systém vrátane rámov na diela a kofinancovanie vo výške ...% z celkových nákladov.

1. Realizácia stavebných úprav na objekte CVČ – 01. Tanečná sála v zmysle projektovej dokumentácie a rozpočtu (02 – 03/2022)
2. Okná do sveta – príprava a realizácia úvodnej výstavy mladých výtvarníkov (08-10/2022)
3. Redakcia, zostavenie, sadzba a tlač katalógu výtvarných prác a profilov výtvarníkov – 10-11/2022

Našu projektovú žiadosť podporili a schválili jej financovanie vo výške 15 000 €.

Počas realizácie projektu sa dlhodobo zraní člen projektového tímu zodpovedný za riadenie projektu. Vysúťažená firma mešká 2 mesiace s realizáciou stavebných prác. Do uzávierky tlače katalógu nedodali svoje životopisy a fotografie traja umelci.

Výdavky:
Stavebné práce – 10 000 €, Zariadenie a vybavenie – 2 500 €, Sadzba a tlač katalógu – 500 €, Honoráre a odmeny – 2 000 €, Prevádzkové a komunikačné náklady – 500 €, Propagácia a publicita – 1 000 €
Príjmy:
Vstupné na výstavy – 500 €, Vlastné zdroje (kofinancovanie) – 1 000 €, Žiadaný príspevok: 15 000 €

Náš projekt bude primárne zameraný na členov neformálneho združenia výtvarníkov z mesta N, ktorým sa vytvoria priestory na tvorbu a prezentáciu, sekundárne je zameraný na všetkých obyvateľov mesta – účastníkov a návštevníkov výstav.

Dlhodobo chceme činnosť našej skupiny výtvarníkov a realizáciu výstav v zahraničí podporiť z iných zdrojov a hľadáme najefektívnejšiu možnosť, metódu, ako to urobiť. Chceme získať finančné prostriedky.

Rozhodli sme sa, že svoju činnosť a výstavy budeme financovať radšej menšími príspevkami od veľkého počtu osôb, podporovateľov, máme pripravenú kampaň i platformu, na ktorej bude realizovaná.

Naším podporovateľom budeme raz ročne posilať katalóg z našich výstav a desiatim, ktorí nás podporia najviac, i grafický list s poďakovaním.

Naša výzva na podporu je zverejnená na platforme www.daruj.sk/umelci_z_mesta_N od 1. 5. 2022. Naša crowdfundingová má aj lákavú grafickú podobu.

Prispievam na dobrú vec a raz za rok mi skupina, ktorú podporujem, pošle grafický list s poďakovaním.

Prispievam na dobrú vec a nechcem za to nič, stačí mi dobrý pocit z pomoci tým, ktorí mali menej šťastia.

Som podporovateľ crowdfundingovej kampane, kde vkladám svoj kapitál a zhodnocujem investície.

Svoju výzvu na získanie finančnej pomoci som zverejnil na webovom portáli: www.daruj.sk. Je to moja crowdfundingová



Prílohy

Príloha 1.2: Kartičky s príkladmi

Prípraviť zámer možností revitalizácie priestoru a plánovaných aktivít, pomenovať jednotlivé kroky, identifikovať čas, náklady a personál potrebný na ich realizáciu. V predpísanom formulári a do uzávierky odoslať.

Realizovať drobné stavebné úpravy, modernizovať a vybaviť priestor tanečnej sály ako multifunkčné miesto pre tvorbu a výstavnú prezentáciu, priestor získať do dlhodobého bezodplatného prenájmu od mesta. Realizovať ročne 2 výstavy.

Neexistujúci priestor na tvorbu a prezentáciu mladých, neformálne združených umelcov z mesta je príčinou aj malého záujmu o tvorbu a prezentáciu nadaných umelcov.

V meste N pôsobí už niekoľko rokov neformálna skupina mladých umelcov. V meste sa nachádzajú iba komerčné a spolpatnené priestory na výstavy, chýba nízkoprahový priestor pre neformálne tvorivé stretnutia a výstavy výtvarníkov. Mesto však disponuje vlastným objektom CVČ, v ktorom je dlhodobo nevyužívaná tanečná sála so samostatným vchodom.

Náš projektový tím budú tvoriť traja členovia: projektový manažér, finančný manažér a koordinátor realizácie a publicity - členovia našej výtvarnej skupiny, ktorí už majú skúsenosti s realizáciou projektov. Projekt budeme koordinovať v dlhodobo prepožičaných priestoroch s plným technickým vybavením a prístupom na internet. Darom máme zabezpečený výstavný systém vrátane rámov na diela a kofinancovanie vo výške ...% z celkových nákladov.

1. Realizácia stavebných úprav na objekte CVČ – 01. Tanečná sála v zmysle projektovej dokumentácie a rozpočtu (02 – 03/2022)
2. Okná do sveta – príprava a realizácia úvodnej výstavy mladých výtvarníkov (08-10/2022)
3. Redakcia, zostavenie, sadzba a tlač katalógu výtvarných prác a profilov výtvarníkov – 10-11/2022

Našu projektovú žiadosť podporili a schválili jej financovanie vo výške 15 000 €.

Počas realizácie projektu sa dlhodobo zranil člen projektového tímu zodpovedný za riadenie projektu. Vysúťažená firma mešká 2 mesiace s realizáciou stavebných prác. Do uzávierky tlače katalógu nedodali svoje životopisy a fotografie traja umelci.

Výdavky:
Stavebné práce – 10 000 €, Zariadenie a vybavenie – 2 500 €, Sadzba a tlač katalógu – 500 €, Honoráre a odmeny – 2 000 €, Prevádzkové a komunikačné náklady – 500 €, Propagácia a publicita – 1 000 €
Príjmy:
Vstupné na výstavy – 500 €, Vlastné zdroje (kofinancovanie) – 1 000 €, Žiadaný príspevok: 15 000 €

Náš projekt bude primárne zameraný na členov neformálneho združenia výtvarníkov z mesta N, ktorým sa vytvoria priestory na tvorbu a prezentáciu, sekundárne je zameraný na všetkých obyvateľov mesta – účastníkov a návštevníkov výstav.

Dlhodobo chceme činnosť našej skupiny výtvarníkov a realizáciu výstav v zahraničí podporiť z iných zdrojov a hľadáme najefektívnejšiu možnosť, metódu, ako to urobiť. Chceme získať finančné prostriedky.

Rozhodli sme sa, že svoju činnosť a výstavy budeme financovať radšej menšími príspevkami od veľkého počtu osôb, podporovateľov, máme pripravenú kampaň i platformu, na ktorej bude realizovaná.

Naším podporovateľom budeme raz ročne posielat katalóg z našich výstav a desiatim, ktorí nás podporia najviac, i grafický list s poďakovaním.

Naša výzva na podporu je zverejnená na platforme www.daruj.sk/umelci_z_mesta_N od 1. 5. 2022. Naša crowdfundingová má aj lákavú grafickú podobu.

Prispievam na dobrú vec a raz za rok mi skupina, ktorú podporujem, pošle grafický list s poďakovaním.

Prispievam na dobrú vec a nechcem za to nič, stačí mi dobrý pocit z pomoci tým, ktorí mali menej šťastia.

Som podporovateľ crowdfundingovej kampane, kde vkladám svoj kapitál a zhodnocujem investície.

Svoju výzvu na získanie finančnej pomoci som zverejnil na webovom portáli: www.daruj.sk. Je to moja crowdfundingová

Prílohy



Príloha 1.2: Kartičky s príkladmi

Pripraviť zámer možností revitalizácie priestoru a plánovaných aktivít, pomenovať jednotlivé kroky, identifikovať čas, náklady a personál potrebný na ich realizáciu. V predpísanom formulári a do uzávierky odoslať.

Realizovať drobné stavebné úpravy, modernizovať a vybaviť priestor tanečnej sály ako multifunkčné miesto pre tvorbu a výstavnú prezentáciu, priestor získať do dlhodobého bezodplatného prenájmu od mesta. Realizovať ročne 2 výstavy.

Neexistujúci priestor na tvorbu a prezentáciu mladých, neformálne združených umelcov z mesta je príčinou aj malého záujmu o tvorbu a prezentáciu nadaných umelcov.

V meste N pôsobí už niekoľko rokov neformálna skupina mladých umelcov. V meste sa nachádzajú iba komerčné a spolplatené priestory na výstavy, chýba nízkoprahový priestor pre neformálne tvorivé stretnutia a výstavy výtvarníkov. Mesto však disponuje vlastným objektom CVČ, v ktorom je dlhodobo nevyužívaná tanečná sála so samostatným vchodom.

Náš projektový tím budú tvoriť traja členovia: projektový manažér, finančný manažér a koordinátor realizácie a publicity - členovia našej výtvarnej skupiny, ktorí už majú skúsenosti s realizáciou projektov. Projekt budeme koordinovať v dlhodobom prepožičaných priestoroch s plným technickým vybavením a prístupom na internet. Darom máme zabezpečený výstavný systém vrátane rámov na diela a kofinancovanie vo výške ...% z celkových nákladov.

1. Realizácia stavebných úprav na objekte CVČ – 01. Tanečná sála v zmysle projektovej dokumentácie a rozpočtu (02 – 03/2022)
2. Okná do sveta – príprava a realizácia úvodnej výstavy mladých výtvarníkov (08-10/2022)
3. Redakcia, zostavenie, sadzba a tlač katalógu výtvarných prác a profilov výtvarníkov – 10-11/2022

Našu projektovú žiadosť podporili a schválili jej financovanie vo výške 15 000 €.

Počas realizácie projektu sa dlhodobo zranil člen projektového tímu zodpovedný za riadenie projektu. Vysúťažená firma mešká 2 mesiace s realizáciou stavebných prác. Do uzávierky tlače katalógu nedodali svoje životopisy a fotografie traja umelci.

Výdavky:
Stavebné práce – 10 000 €, Zariadenie a vybavenie – 2 500 €, Sadzba a tlač katalógu – 500 €, Honoráre a odmeny – 2 000 €, Prevádzkové a komunikačné náklady – 500 €, Propagácia a publicita – 1 000 €
Príjmy:
Vstupné na výstavy – 500 €, Vlastné zdroje (kofinancovanie) – 1 000 €, Žiadaný príspevok: 15 000 €

Náš projekt bude primárne zameraný na členov neformálneho združenia výtvarníkov z mesta N, ktorým sa vytvoria priestory na tvorbu a prezentáciu, sekundárne je zameraný na všetkých obyvateľov mesta – účastníkov a návštevníkov výstav.

Dlhodobo chceme činnosť našej skupiny výtvarníkov a realizáciu výstav v zahraničí podporiť z iných zdrojov a hľadáme najefektívnejšiu možnosť, metódu, ako to urobiť. Chceme získať finančné prostriedky.

Rozhodli sme sa, že svoju činnosť a výstavy budeme financovať radšej menšími príspevkami od veľkého počtu osôb, podporovateľov, máme pripravenú kampaň i platformu, na ktorej bude realizovaná.

Naším podporovateľom budeme raz ročne posilať katalóg z našich výstav a desiatim, ktorí nás podporia najviac, i grafický list s poďakovaním.

Naša výzva na podporu je zverejnená na platforme www.daruj.sk/umelci_z_mesta_N od 1. 5. 2022. Naša crowdfundingová má aj lákavú grafickú podobu.

Prispievam na dobrú vec a raz za rok mi skupina, ktorú podporujem, pošle grafický list s poďakovaním.

Prispievam na dobrú vec a nechcem za to nič, stačí mi dobrý pocit z pomoci tým, ktorí mali menej šťastia.

Som podporovateľ crowdfundingovej kampane, kde vkladám svoj kapitál a zhodnocujem investície.

Svoju výzvu na získanie finančnej pomoci som zverejnil na webovom portáli: www.daruj.sk. Je to moja crowdfundingová



Prílohy

Príloha 1.2: Kartičky s príkladmi

Prípraviť zámer možností revitalizácie priestoru a plánovaných aktivít, pomenovať jednotlivé kroky, identifikovať čas, náklady a personál potrebný na ich realizáciu. V predpísanom formulári a do uzávierky odoslať.

Realizovať drobné stavebné úpravy, modernizovať a vybaviť priestor tanečnej sály ako multifunkčné miesto pre tvorbu a výstavnú prezentáciu, priestor získať do dlhodobého bezodplatného prenájmu od mesta. Realizovať ročne 2 výstavy.

Neexistujúci priestor na tvorbu a prezentáciu mladých, neformálne združených umelcov z mesta je príčinou aj malého záujmu o tvorbu a prezentáciu nadaných umelcov.

V meste N pôsobí už niekoľko rokov neformálna skupina mladých umelcov. V meste sa nachádzajú iba komerčné a spolpatnené priestory na výstavy, chýba nízkoprahový priestor pre neformálne tvorivé stretnutia a výstavy výtvarníkov. Mesto však disponuje vlastným objektom CVČ, v ktorom je dlhodobo nevyužívaná tanečná sála so samostatným vchodom.

Náš projektový tím budú tvoriť traja členovia: projektový manažér, finančný manažér a koordinátor realizácie a publicity - členovia našej výtvarnej skupiny, ktorí už majú skúsenosti s realizáciou projektov. Projekt budeme koordinovať v dlhodobom prepožičaných priestoroch s plným technickým vybavením a prístupom na internet. Darom máme zabezpečený výstavný systém vrátane rámov na diela a kofinancovanie vo výške ...% z celkových nákladov.

1. Realizácia stavebných úprav na objekte CVČ – 01. Tanečná sála v zmysle projektovej dokumentácie a rozpočtu (02 – 03/2022)
2. Okná do sveta – príprava a realizácia úvodnej výstavy mladých výtvarníkov (08-10/2022)
3. Redakcia, zostavenie, sadzba a tlač katalógu výtvarných prác a profilov výtvarníkov – 10-11/2022

Našu projektovú žiadosť podporili a schválili jej financovanie vo výške 15 000 €.

Počas realizácie projektu sa dlhodobo zranil člen projektového tímu zodpovedný za riadenie projektu. Vysúťažená firma mešká 2 mesiace s realizáciou stavebných prác. Do uzávierky tlače katalógu nedodali svoje životopisy a fotografie traja umelci.

Výdavky:
Stavebné práce – 10 000 €, Zariadenie a vybavenie – 2 500 €, Sadzba a tlač katalógu – 500 €, Honoráre a odmeny – 2 000 €, Prevádzkové a komunikačné náklady – 500 €, Propagácia a publicita – 1 000 €
Príjmy:
Vstupné na výstavy – 500 €, Vlastné zdroje (kofinancovanie) – 1 000 €, Žiadaný príspevok: 15 000 €

Náš projekt bude primárne zameraný na členov neformálneho združenia výtvarníkov z mesta N, ktorým sa vytvoria priestory na tvorbu a prezentáciu, sekundárne je zameraný na všetkých obyvateľov mesta – účastníkov a návštevníkov výstav.

Dlhodobo chceme činnosť našej skupiny výtvarníkov a realizáciu výstav v zahraničí podporiť z iných zdrojov a hľadáme najefektívnejšiu možnosť, metódu, ako to urobiť. Chceme získať finančné prostriedky.

Rozhodli sme sa, že svoju činnosť a výstavy budeme financovať radšej menšími príspevkami od veľkého počtu osôb, podporovateľov, máme pripravenú kampaň i platformu, na ktorej bude realizovaná.

Naším podporovateľom budeme raz ročne posilať katalóg z našich výstav a desiatim, ktorí nás podporia najviac, i grafický list s poďakovaním.

Naša výzva na podporu je zverejnená na platforme www.daruj.sk/umelci_z_mesta_N od 1. 5. 2022. Naša crowdfundingová má aj lákavú grafickú podobu.

Prispievam na dobrú vec a raz za rok mi skupina, ktorú podporujem, pošle grafický list s poďakovaním.

Prispievam na dobrú vec a nechcem za to nič, stačí mi dobrý pocit z pomoci tým, ktorí mali menej šťastia.

Som podporovateľ crowdfundingovej kampane, kde vkladám svoj kapitál a zhodnocujem investície.

Svoju výzvu na získanie finančnej pomoci som zverejnil na webovom portáli: www.daruj.sk. Je to moja crowdfundingová

Prílohy



Príloha 1.3: Šípky s väzbami

veľmi dôležité

veľmi dôležité

veľmi dôležité

veľmi dôležité

dôležité

dôležité

dôležité

menej dôležité

menej dôležité

menej dôležité



Prílohy

Príloha 1.3: Šípky s väzbami

veľmi dôležité

veľmi dôležité

veľmi dôležité

veľmi dôležité

dôležité

dôležité

dôležité

menej dôležité

menej dôležité

menej dôležité

Prílohy

Príloha 1.3: Šípky s väzbami



veľmi dôležité

veľmi dôležité

veľmi dôležité

veľmi dôležité

dôležité

dôležité

dôležité

menej dôležité

menej dôležité

menej dôležité



Prílohy

Príloha 1.3: Šípky s väzbami

veľmi dôležité

veľmi dôležité

veľmi dôležité

veľmi dôležité

dôležité

dôležité

dôležité

menej dôležité

menej dôležité

menej dôležité





Tvorba jednoduchej crowdfundingovej kampane

Ciele bloku

- pripraviť a vytvoriť efektívne a jednoducho vlastnú crowdfundingovú kampaň
- spoznať a porozumieť jednotlivým fázam kampane a jednoduchým nástrojom na jej riadenie
- rozvíjať prezentačné a komunikačné zručnosti a argumentáciu

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

Pre celú skupinu:

- PC alebo notebook s prístupom na internet, dataprojektor a projekčné plátno alebo veľkoplošná TV

Pre každý tím v rámci skupiny:

- pracovný list (príloha 2.3)

Pre každého účastníka:

- papier alebo poznámkový blok, fixky, perá alebo ceruzky

Dĺžka v minútach

165 min. (45 min. + 60 min. + 60 min.)

Zhrnutie

1. Komentované videospoty (videoprezentácia – príklady dobrej praxe, reflexia – diskusia) – 45 min.
2. Umelci z mesta N – crowdfundingová kampaň (skupinová práca) – 2 x 60 min.

Inštrukcie

1. Komentované videospoty – 45 min.

Školiteľ odprezentuje tri vybrané crowdfundingové kampane formou prehratia promo videí (príloha 3.1). Po prezretí si videospotov nasleduje diskusia s účastníkmi, ktorí sa vyzvaním vyjadrujú k otázkam: Čo bolo predmetom konkrétnej kampane? Ktorá kampaň bola úspešná a prečo? Čo Vás na konkrétnom spote, nápade, najviac zaujalo a prečo? Po diskusii školiteľ pre porovnanie s odpoveďami účastníkov krátko priblíži prezentované kampane, ich realizáciu a reálnu úspešnosť.

2. Umelci z mesta N – crowdfundingová kampaň – 2 x 60 min.

Školiteľ tímom rozdá pracovné listy, príbehom opíše východiskovú situáciu. Tímy následne pracujú v skupinách pod vedením školiteľa podľa zadania v pracovnom liste. Svoje nejasnosti a otázky môžu komunikovať so školiteľom. Školiteľ má k dispozícii teoretické podklady k pracovnému listu (príloha 2.4). Členovia tímov pracujú spoločne na zadaní a vpisujú do pracovného listu odpovede na pripravené otázky.

Po vypracovaní pracovných listov dostanú tímy časový priestor na prípadné zmeny a doplnenia pracovného listu. Každý tím vo vyčlenenom čase odprezentuje svoju crowdfundingovú kampaň, zameria sa na spôsoby riešenia na základe odpovedí z pracovného listu, pri prezentácii sa musia vystriedať všetci členovia tímu. Je na nich, ako si svoje úlohy rozdelia. Po prezentácii každého tímu sa ostatné tímy ku kampani vyjadria – čo ich zaujalo, čo vnímajú ako riziká. Takto sa odprezentujú všetky tímy, školiteľ ich kampane na záver okomentuje a zrekapituluje (najefektívnejšie riešenia). Výsledkom bude porovnanie možných riešení a pohľadov na jednu východiskovú situáciu.



Prílohy



Príloha 2.1: Linky na promo videá – videospoty realizovaných crowdfundingových kampaní

<https://youtu.be/lesXqr4jbK0> – Trabantom tam a späť, 2019, vybrané: 2 521 412 Kč, režisér filmu: Dan Přibáň, platforma: www.startovac.cz

<https://youtu.be/PD-g6WZA8cw> – Posledný film Jána Švankmajera, 2018, vybrané: 6 655 442 Kč, režisér filmu: Ján Švankmajer, platforma: www.indiegogo.com

<https://youtu.be/zAK0vK5XCKw> – Turriss mox – router, 2018, vybrané: 8 124 078 Kč, platforma: www.indiegogo.com

<https://youtu.be/i3YhFTXqEuk> – Chronotechna – hodinky, 2018, vybrané: 8240 250 Kč, platforma: www.kickstarter.com

<https://youtu.be/5CH40xHkung> – PC hra, 2018, Warhorse studio, vybrané: 36 700 000 Kč, platforma: www.kickstarter.com

Školiteľ môže vyhľadať a použiť aj vlastné spoty, linky.

Príloha 2.2: Východisková situácia – príbeh

Sme neformálna skupina mladých umelcov – výtvarníkov. Voláme sa Umelci z mesta N a pôsobíme takto už 2 roky. Je nás 10 stálych členov a 10 ďalších členov, ktorí pracujú pravidelne. Pre nikoho z nás nie je výtvarné umenie jeho profesiou, tvoríme vo voľnom čase najmä grafiky, maľby a kresby moderného umenia, robíme aj street art a grafity. Niektorí z nás študovali výtvarné umenie na strednej i vysokej škole a chceli by sa ním živiť. Naším najväčším problémom je, že aj keď nás naša činnosť baví, nemáme priestor na tvorbu a ani na výstavnú prezentáciu našich diel. Možno preto sme ešte nevystavovali. Stretávame sa iba v kaviarňach. V našom meste však sídli Centrum voľného času, ktoré má vo svojich priestoroch nevyužívanú tanečnú sálu so samostatným vchodom. Je v zanedbanom stave a vyžaduje si rekonštrukciu. Priestory patria mestu a s vedením mesta i s mestským zastupiteľstvom máme dohodnutý bezplatný prenájom na 5 rokov. Podmienkou je však priestor revitalizovať, rekonštruovať a vybaviť na klubové a výstavné priestory, ako aj pripraviť minimálne 2 výstavy ročne pre verejnosť. Máme pripravený stavebný rozpočet i rozpočet celého projektu, potrebujeme získať 15 000 €. Z toho bude potrebné okrem stavebných prác zaplatiť vybavenie (stoly, stoličky, kreslá, skrinky, stojany, výstavný systém, zabezpečiť propagáciu a vydať katalóg. Na získanie finančných zdrojov máme 3 mesiace, priestory musíme pre verejnosť otvoriť prvou výstavou do 8 mesiacov. Traja naši členovia už majú skúsenosti s prípravou projektov a jeden je ekonóm.



Prílohy

Príloha 2.3: Pracovný list

Umelci z mesta N crowdfundingová kampaň

Prečítaj si náš príbeh a pomôž nám pripraviť crowdfundingovú kampaň!

1. Príprava kampane

1.1 Definovanie projektu – čo je po prečítaní príbehu obsahom našej kampane?

1.2 Čo chceme dosiahnuť, aký je náš cieľ?

1.3 Aké sú naše cieľové skupiny – koho chceme kampaňou osloviť?

1.4 V čom je náš zámer jedinečný a prečo ho bude chcieť niekto podporiť?

1.5 Aký model a platforma kampane bude pre náš cieľ najlepší a prečo?

1.6 Príprava rozpočtu projektu - kampane – koľko chceme vyzbierať, aby bola kampaň úspešná, koľko nám stačí?

1.7 Ako zabezpečíme ďalšie finančné prostriedky (aj v prípade, ak kampaňou nevyzbierame cieľovú sumu)?

Prílohy



Príloha 2.3: Pracovný list

1.8 Príprava marketingového a komunikačného plánu – akými formami a prostriedkami chceme komunikovať s cieľovými skupinami?

1.9 Časovanie kampane (časový rámec, trvanie, harmonogram). Ako rozčleníme jednotlivé fázy kampane počas troch mesiacov, ktoré máme k dispozícii?

1.10 Akými spôsobmi pripravíme kampaň na zvolenej platforme?

2. Realizácia kampane podporeného projektu

2.1 Aké marketingové nástroje na zvýšenie podpory použijeme?

2.2 Ako chceme realizovať podporený projekt?

3. Vyhodnotenie kampane

3.1 Akými formami chceme poďakovať darcom, podporovateľom?

3.2 Ako chceme kampaň, dosiahnuté ciele, zámery a prínos vyhodnotiť?



Prílohy

Príloha 2.4: Vybrané teoretické podklady k pracovnému listu

Modely a platformy crowdfundingovej kampane

- Darcovský – najjednoduchší model, darca prispieva svojim darom bez očakávania proti hodnoty. Platformy ako Darujme, Ľudia ľuďom...
- Odmenový – podporovateľ si vyberie niektorú z ponúkaných odmien ako protihodnotu (často sú diferencované podľa výšky príspevku). Platformy ako Kickstarter, Indiegogo, Startlab, Startovač...
- Investičný – sofistikovanejší model financovania, ktorý umožňuje súkromným investorom vložiť kapitál do firiem podľa vlastného výberu, čím v nich získajú podiel a možnosť zhodnotiť svoje investície. Platformy ako Crowdberry...
- Pôžičkový – spôsob kolektívneho požičiavania peňazí, ktorý spája investorov s tými, ktorí si chcú požičať. Platformy ako Žltý melón, Zinceuro...

Príprava kampane

Najčastejšie chyby:

- Komplikovaný, nejasný projekt – podporovateľom musí byť jasne, jednoducho a zreteľne komunikovaný cieľ a obsah kampane. Za niekoľko sekúnd mu musí porozumieť. Platí pravidlo troch viet: opísať projekt v troch vetách.
- Málo času na prípravu kampane – čím viac času sa vyčlení na prípravu kampane, tým je prepracovanejšia a sofistikovanejšia. Minimum je jeden mesiac, optimum dva až tri.
- Príliš veľa odmien – je potrebné zvážiť počet a rôznorodosť odmien, ich reálnosť, náročnosť realizácie (napr. ručné ušitie 100 ks handrových bábik si vyžiada značné časové, personálne a sčasti finančné nároky) a spôsob distribúcie.
- Nesprávne nastavená cieľová suma – buď je príliš vysoká a kampaňou sa ju nepodarí naplniť alebo je príliš nízka a nebude postačovať na realizáciu projektu, prípadne cieľová suma sa dosiahne (vyzbera) príliš rýchlo – v tomto prípade je možné nastaviť ešte nové ciele, projekt rozšíriť.
- Nesplnené ciele – je potrebné zvážiť reálnosť svojich sľubov, odmien, potrieb, možností (časových, personálnych...) i schopností.

Motivačné faktory podpory kampane:

- Silný príbeh,
- zaujímavá, originálna odmena,
- zapojenie, spolupodieľanie sa,
- súčasť úspechu.

Každá kampaň má mať svoju identitu – byť konzistentná v jazyku, vizuále, obsahu a mať jasné poslanstvo.

Harmonogram prípravy kampane – marketingový a komunikačný plán. Je potrebné vypracovať časový plán realizácie jednotlivých krokov (s časovou rezervou) s popisom činností jednotlivých členov tímu. Súčasťou sú i formy a metódy komunikácie v čase podľa jednotlivých komunikačných kanálov:

- osobné rozhovory, priame správy a personalizované e-maily
- hromadné e-maily, direct marketing
- sociálne siete a sociálne médiá (facebook, instagram, tik-tok, youtube...)
- inluenceri, youtuberi, komunity
- médiá – regionálne – celoštátne, elektronické – printové
- iné formy – billboardy, megabordy, reklamné plochy, elektronické tabule...
- kreatívne formy: guerilla marketing, viral marketing, ambient marketing...
- hovorca, známa tvár kampane

Prílohy



Príloha 2.4: Vybrané teoretické podklady k pracovnému listu

Marketingové nástroje na zvýšenie podpory

O kampani sa musí cieľová skupina - možní darcovia, podporovatelia - dozvedieť, komunikácia pri kampani je veľmi dôležitá. Väčšina podporovateľov crowdfundingových kampaní sú takí, ktorí platformu navštívia po prvýkrát. Kampaň ich preto musí zaujať – nápadom, spôsobom realizácie, dôležité je vizuálne spracovanie i štylizácia textov. Iba minimum ľudí podporu kampane aktívne samo vyhľadáva. Dobre pripravená kampaň musí osloviť hneď, chytiť za srdce, zarezonovať – zaujímavým darčekom, posolstvom, ktoré obsahuje, či túžbou byť jej súčasťou. Podporovatelia sa prostredníctvom kampane stanú súčasťou jej príbehu, stotožnia sa s cieľmi. Obsahom je vždy niečo originálne, jedinečné a pritom zmysluplné a užitočné. Podporovatelia sa radi pridajú k úspechu, je potrebné zdieľať i drobné pokroky, neustále o stave kampane komunikovať. Úspech inšpiruje. Kampaň by nemala byť prezentáciou hotového projektu. Z jeho opisu, priloženého videa, musí byť zrejmé, že ide o proces, ktorý môžu prispievatelia ovplyvniť. Je vhodné linky na kampaň vkladať do príspevkov, e-mailov, blokov, fór, spojiť sa s influencerami, youtuberami a pod.

Možnosti poďakovania podporovateľom

Práca na kampani sa nekončí jej realizovaním a získaním finančných zdrojov, ale ešte pokračuje. Je dôležité poďakovať darcom a donorom, informovať o úspechu, podpore a realizácii svojej myšlienky všetkých, ktorí sa na príprave kampane podieľali, ako aj verejnosť. Úspešná kampaň je silnou motiváciou do ďalšej práce a faktorom rozvoja a napredovania.

Vzhľadom na rozsah kampane, jej predmet i počet podporovateľov je potrebné zvážiť formy poďakovania. Pokiaľ to možnosti dovoľia a podporovateľov bolo úmerné množstvo, je vhodné im poslať určitú formu odmeny, darčeku. Odmena môže byť odstupňovaná výškou zaslaného príspevku (v našom prípade môže ísť o katalóg z úspešnej výstavy, autorskú grafiku...). Je potrebné zohľadniť čas na balenie a zasielanie, ako i náklady, ktoré vzniknú. Vhodnou alternatívou je tak v našom prípade napríklad spracované video z nových priestorov a realizovanej výstavy. Je aj potrebné informovať prispievateľov, ako sa projekt ďalej vyvíja, ako pokračuje, napreduje. Informácia by sa mala dostať ku každému, kto projekt podporil.

Vyhodnotenie kampane

Realizovanú kampaň je potrebné vyhodnotiť a analyzovať. Zistiť, či bol správne nastavený rozpočet, jednotlivé fázy kampane, ktoré momenty boli najúspešnejšie a čo bolo potrebné zlepšiť. Tieto cenné poznatky významne pomôžu pri tvorbe ďalšej kampane i v praxi. Je tiež potrebné a marketingovo prospešné ďalej pracovať so získanými kontaktami. Po získaní súhlasu podporovateľov v rámci GDPR z nich vznikne užitočná databáza k ďalšej kampani, pravidelní podporovatelia či zákazníci. Je vhodné ich priebežne informovať, napr. formou newsletterov – zvážiť však ich intenzitu v čase.

Je dobré sa za úspešnú kampaň pochváliť a úspech prezentovať – formou sociálnych sietí, webu, v päte e-mailovej komunikácie, v blogoch a diskusných fórach, prípadne i v printových či elektronických médiách.

Zdroj: ZATOVIČ, Z.: *Ako získať peniaze na dobrú vec*, Nadácia Centra pre filantropiu. 2021



Tvorba jednoduchého projektu I.

– Vyriešme problém



Ciele bloku

- analyzovať aktuálnu situáciu, problém, cieľ a vytvoriť adekvátne aktivity a stratégie ako nástroje na dosiahnutie cieľov
- vedieť aplikovať pojmy a činnosti v oblasti projektového riadenia v hlavných projektových fázach
- prezentáciou projektového zámeru zvýšiť komunikačné a argumentačné schopnosti účastníkov



Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

Pre každý tím v rámci skupiny:

- magnetická alebo flipchartová tabuľa
- kartičky s názvami úloh vo farbách tímov (príloha 3.4)
- kartičky s chybnými postupmi vo farbách tímov (príloha 3.5)

Pre každého účastníka:

- papier alebo poznámkový blok, fixky, perá alebo ceruzky



Dĺžka v minútach

150 min. (90 min. + 30 min. + 30 min.)



Zhrnutie

1. Vyriešme problém (skupinová práca, reflexia - diskusia) – 90 min.
2. Čertov advokát – (rolová hra) – 30 min.
3. Projektová filozofia – toto nie je dobré (diskusia) – 30 min.



Inštrukcie

1. Vyriešme problém – 90 min.

Školiteľ rozdá skupinám účastníkov pripravené nevyplnené kartičky s názvami jednotlivých úloh (vo farbe tímu). Účastníci sú rozdelení do 4-členných tímov. Školiteľ na tabuľu umiestni pripravený text s krátkym všeobecným opisom aktuálnej situácie (východiskového stavu). Ide o identický text ako v predchádzajúcom bloku (umelci z mesta N – príloha 3.6). Úlohou skupín bude po vzájomnej diskusii v skupine vyplniť rozdané kartičky a umiestniť ich na tabuľu vo vzájomnej postupnosti. Viď príloha 3.1.

Každý tím následne odprezentuje a zdôvodní svoj projektový zámer, následne budú mať ostatné tímy i školiteľ časový priestor na otázky a upresnenia (**analýza z prostredia mimo skupiny**).

Po odprezentovaní všetkých tímov každý účastník vhodným kartičky s farbou tímu, ktorý bol podľa neho najkreatívnejší, najpresvedčivejší a jeho vízia bola reálna, určia víťazný tím bloku. Na záver aktivity bude vyhodnotený najúspešnejší tím.

2. Čertov advokát – 30 min.

Každý tím si zvolí zo svojich členov jedného oponenta – kritika „čertovho advokáta“ (**vnútroskupinová analýza**), ktorý sa bude v diskusii v tíme snažiť spochybniť logiku projektového zámeru a postupov. Pôjde o inscenovanie a hru rolí. Ostatní členovia budú musieť na otázky odpovedať, jeho tvrdenia vyvrátiť, prípadne spolu skorigovať svoj projektový zámer. Na

túto diskusiu budú mať 10 min. Po ukončení sa členovia každého tímu vyjadria, či bol pre nich „čertov advokát“ prínosný a či a ako po diskusii upravili svoj projektový zámer. Školiteľ následne predstaví aj ďalšie možnosti spätnej väzby pri posudzovaní projektového zámeru – príloha 3.2 – text pre školiteľa.

3. Projektová filozofia – toto nie je dobré – 30 min.

Školiteľ predstaví rizikové a chybné postupy a konania v procese tvorby projektu (príloha 3.3):

Účastníci porozmýšľajú, s ktorým názorom a postupom sa už stretli (prípadne ktorý sami použili) a ak taký nájdú, svoju skúsenosť vyjadria v diskusii a príslušnú kartičku následne umiestnia na tabuľu. Tak v rámci celej skupiny identifikujú najčastejšie chybné postupy a návrhy, ako im predísť.





Prílohy

Príloha 3.1: Názvy úloh k aktivite 1

1. Čo vidím ako problémy pre tím v popísanej situácii (východisko, kde sme)?
2. Ktorý problém chcem vyriešiť (výber, identifikácia problému) a ako zmením moju situáciu?
3. Ako si predstavujem situáciu po vyriešení problému (cieľ - kde chcem byť)?
4. Akými prostriedkami chcem problém vyriešiť (finančné, personálne možnosti)?
5. Kedy chcem problém vyriešiť, v akom časovom rámci (časové hľadisko)?
6. Ako chcem problém vyriešiť (navrhované projektové aktivity a ich formy)? Tím môže uviesť maximálne 3.
7. Ako zistím, že som problém vyriešil (spätná väzba, ukazovatele)?
8. Ako zabezpečím, že problém opäť nenastane (udržateľnosť)?

Pripraví sa tak stručný projektový zámer. Východiskom je rovnaká východisková situácia a identifikované problémy.

Príloha 3.2: Princípy a možnosti spätnej väzby pri posudzovaní projektového zámeru k aktivite 2

- „Čertov advokát“ – oponent, kritik z vnútra organizácie.
 - Realizácia vnútornej analýzy externým odborníkom.
 - Dotazník (nechať vyplniť aj konkurentom) - charakteristika projektového zámeru externým prostredím, klientami,
- „bol by takýto projekt pre vás prínosný, čo by ste nám ešte poradili“
„aké sú vaše najväčšie problémy, obmedzenia, čo by vyriešilo vašu situáciu“.

Príloha 3.3: Najčastejšie rizikové a chybné postupy a konania v procese tvorby projektu k aktivite 3

1. Hurá štýl – pri získavaní zdrojov nie sú určené, definované žiadne hranice, všetko, na čo natrafíme, je dobrým cieľom. Svoje zámery zapracovávame do akéhokoľvek projektu.
2. Mám to všetko v hlave – ja viem všetko najlepšie, nepotrebujem sa poradiť, kreovať tím, mám svoj plán, nedelegujem kompetencie.
3. Nemám na to čas – nepotrebujem plánovať, všetko sa vyrieši samo a za pochodu.
4. Na všetko je predpis – nedostatok kreativity a plánovania, na všetko už sú overené šablóny, postupujeme podľa ustálených foriem, byrokratizácia, tvorba neúčelnej dokumentácie.
5. Všetko je každému jasné – nedostatočná, nepremyslená, neúčelná, nejasná alebo žiadna komunikácia v rámci projektového tímu.
6. Nedržme sa pravidiel – nerešpektovanie projektových pravidiel, harmonogramu, rozpočtu projektu...

Prílohy



Príloha 3.4: Kartičky s názvami úloh vo farbách tímov k aktivite 1

VÝCHODISKO – KDE SME?

Čo vidím ako problémy pre tím v popísanej situácii?

ČO JE PROBLÉMOM?

Ktorý problém chcem vyriešiť a ako zmením moju situáciu?

CIEĽ – KDE CHCEM BYŤ?

Ako si predstavujem situáciu po vyriešení problému?

AKÉ MÁM MOŽNOSTI?

Akými finančnými, personálnymi a ďalšími prostriedkami chcem problém vyriešiť?

KEDY TO CHCEM VYRIEŠIŤ?

Kedy, v akom časovom horizonte chcem riešiť problém?

AKO TO CHCEM VYRIEŠIŤ?

Navrhované aktivity a ich formy - maximálne 3

AKO ZISTÍM, ŽE SOM PROBLÉM VYRIEŠIL?

Ako zabezpečím spätnú väzbu, aké sú ukazovatele projektu?

AKO ZABEZPEČÍM, ŽE PROBLÉM UŽ NENASTANE?

Aká je udržateľnosť, čo preto môžem urobiť?



Prílohy

Príloha 3.4: Kartičky s názvami úloh vo farbách tímov k aktivite 1

VÝCHODISKO – KDE SME?

Čo vidím ako problémy pre tím v popísanej situácii?

ČO JE PROBLÉMOM?

Ktorý problém chcem vyriešiť a ako zmení moju situáciu?

CIEĽ – KDE CHCEM BYŤ?

Ako si predstavujem situáciu po vyriešení problému?

AKÉ MÁM MOŽNOSTI?

Akými finančnými, personálnymi a ďalšími prostriedkami chcem problém vyriešiť?

KEDY TO CHCEM VYRIEŠIŤ?

Kedy, v akom časovom horizonte chcem riešiť problém?

AKO TO CHCEM VYRIEŠIŤ?

Navrhované aktivity a ich formy - maximálne 3

AKO ZISTÍM, ŽE SOM PROBLÉM VYRIEŠIL?

Ako zabezpečím spätnú väzbu, aké sú ukazovatele projektu?

AKO ZABEZPEČÍM, ŽE PROBLÉM UŽ NENASTANE?

Aká je udržateľnosť, čo preto môžem urobiť?

Prílohy



Príloha 3.4: Kartičky s názvami úloh vo farbách tímov k aktivite 1

VÝCHODISKO – KDE SME?

Čo vidím ako problémy pre tím v popísanej situácii?

ČO JE PROBLÉMOM?

Ktorý problém chcem vyriešiť a ako zmením moju situáciu?

CIEĽ – KDE CHCEM BYŤ?

Ako si predstavujem situáciu po vyriešení problému?

AKÉ MÁM MOŽNOSTI?

Akými finančnými, personálnymi a ďalšími prostriedkami chcem problém vyriešiť?

KEDY TO CHCEM VYRIEŠIŤ?

Kedy, v akom časovom horizonte chcem riešiť problém?

AKO TO CHCEM VYRIEŠIŤ?

Navrhované aktivity a ich formy - maximálne 3

AKO ZISTÍM, ŽE SOM PROBLÉM VYRIEŠIL?

Ako zabezpečím spätnú väzbu, aké sú ukazovatele projektu?

AKO ZABEZPEČÍM, ŽE PROBLÉM UŽ NENASTANE?

Aká je udržateľnosť, čo preto môžem urobiť?



Prílohy

Príloha 3.4: Kartičky s názvami úloh vo farbách tímov k aktivite 1

VÝCHODISKO – KDE SME?

Čo vidím ako problémy pre tím v popísanej situácii?

ČO JE PROBLÉMOM?

Ktorý problém chcem vyriešiť a ako zmení moju situáciu?

CIEĽ – KDE CHCEM BYŤ?

Ako si predstavujem situáciu po vyriešení problému?

AKÉ MÁM MOŽNOSTI?

Akými finančnými, personálnymi a ďalšími prostriedkami chcem problém vyriešiť?

KEDY TO CHCEM VYRIEŠIŤ?

Kedy, v akom časovom horizonte chcem riešiť problém?

AKO TO CHCEM VYRIEŠIŤ?

Navrhované aktivity a ich formy - maximálne 3

AKO ZISTÍM, ŽE SOM PROBLÉM VYRIEŠIL?

Ako zabezpečím spätnú väzbu, aké sú ukazovatele projektu?

AKO ZABEZPEČÍM, ŽE PROBLÉM UŽ NENASTANE?

Aká je udržateľnosť, čo preto môžem urobiť?

Prílohy



Príloha 3.5: Karty s chybnými postupmi vo farbách tímov k aktivite 3

Hurá štýl

pri získavaní zdrojov nie sú určené, definované žiadne hranice, všetko, na čo natrafíme, je dobrým cieľom, svoje zámery zapracovávame do akéhokoľvek projektu

Mám to všetko v hlave

ja viem všetko najlepšie, nepotrebujem sa poradiť, kreovať tím, mám svoj plán, nedelegujem kompetencie

Nemám na to čas

nepotrebujem plánovať, všetko sa vyrieši samo a za pochodu

Na všetko je predpis

nedostatok kreativity a plánovania, na všetko už sú overené šablóny, postupujeme podľa ustálených foriem, byrokratizácia, tvorba neúčelnej dokumentácie

Všetko je každému jasné

nedostatočná, nepremyslená, neúčelná, nejasná alebo žiadna komunikácia v rámci projektového tímu

Nedržíme sa pravidiel

nerešpektovanie projektových pravidiel, harmonogramu, rozpočtu projektu...

Hurá štýl

pri získavaní zdrojov nie sú určené, definované žiadne hranice, všetko, na čo natrafíme, je dobrým cieľom, svoje zámery zapracovávame do akéhokoľvek projektu

Mám to všetko v hlave

ja viem všetko najlepšie, nepotrebujem sa poradiť, kreovať tím, mám svoj plán, nedelegujem kompetencie

Nemám na to čas

nepotrebujem plánovať, všetko sa vyrieši samo a za pochodu

Na všetko je predpis

nedostatok kreativity a plánovania, na všetko už sú overené šablóny, postupujeme podľa ustálených foriem, byrokratizácia, tvorba neúčelnej dokumentácie

Všetko je každému jasné

nedostatočná, nepremyslená, neúčelná, nejasná alebo žiadna komunikácia v rámci projektového tímu

Nedržíme sa pravidiel

nerešpektovanie projektových pravidiel, harmonogramu, rozpočtu projektu...



Prílohy

Príloha 3.5: Karty s chybnými postupmi vo farbách tímov k aktivite 3

Hurá štýl

pri získavaní zdrojov nie sú určené, definované žiadne hranice, všetko, na čo natrafíme, je dobrým cieľom, svoje zámery zapracovávame do akéhokoľvek projektu

Mám to všetko v hlave

ja viem všetko najlepšie, nepotrebujem sa poradiť, kreovať tím, mám svoj plán, nedelegujem kompetencie

Nemám na to čas

nepotrebujem plánovať, všetko sa vyrieši samo a za pochodu

Na všetko je predpis

nedostatok kreativity a plánovania, na všetko už sú overené šablóny, postupujeme podľa ustálených foriem, byrokratizácia, tvorba neúčelnej dokumentácie

Všetko je každému jasné

nedostatočná, nepremyslená, neúčelná, nejasná alebo žiadna komunikácia v rámci projektového tímu

Nedržíme sa pravidiel

nerešpektovanie projektových pravidiel, harmonogramu, rozpočtu projektu...

Hurá štýl

pri získavaní zdrojov nie sú určené, definované žiadne hranice, všetko, na čo natrafíme, je dobrým cieľom, svoje zámery zapracovávame do akéhokoľvek projektu

Mám to všetko v hlave

ja viem všetko najlepšie, nepotrebujem sa poradiť, kreovať tím, mám svoj plán, nedelegujem kompetencie

Nemám na to čas

nepotrebujem plánovať, všetko sa vyrieši samo a za pochodu

Na všetko je predpis

nedostatok kreativity a plánovania, na všetko už sú overené šablóny, postupujeme podľa ustálených foriem, byrokratizácia, tvorba neúčelnej dokumentácie

Všetko je každému jasné

nedostatočná, nepremyslená, neúčelná, nejasná alebo žiadna komunikácia v rámci projektového tímu

Nedržíme sa pravidiel

nerešpektovanie projektových pravidiel, harmonogramu, rozpočtu projektu...

Prílohy



Príloha 3.6: Modelová situácia – príbeh

Sme neformálna skupina mladých umelcov – výtvarníkov. Voláme sa Umelci z mesta N a pôsobíme takto už 2 roky. Je nás 10 stálych členov a 10 ďalších členov, ktorí pracujú pravidelne. Pre nikoho z nás nie je výtvarné umenie jeho profesiou, tvoríme vo voľnom čase najmä grafiky, maľby a kresby moderného umenia, robíme aj street art a graffiti. Niektorí z nás študovali výtvarné umenie na strednej i vysokej škole a chceli by sa ním živiť. Naším najväčším problémom je, že aj keď nás naša činnosť baví, nemáme priestor na tvorbu a ani na výstavnú prezentáciu našich diel. Možno preto sme ešte nevystavovali. Stretávame sa iba v kaviarňach. V našom meste však sídli Centrum voľného času, ktoré má vo svojich priestoroch nevyužívanú tanečnú sálu so samostatným vchodom. Je v zanedbanom stave a vyžaduje si rekonštrukciu. Priestory patria mestu a s vedením mesta i s mestským zastupiteľstvom máme dohodnutý bezplatný prenájom na 5 rokov. Podmienkou je však priestor revitalizovať, rekonštruovať a vybaviť na klubové a výstavné priestory, ako aj pripraviť minimálne 2 výstavy ročne pre verejnosť. Máme pripravený stavebný rozpočet i rozpočet celého projektu, potrebujeme získať 15 000 €. Z toho bude potrebné okrem stavebných prác zaplatiť vybavenie (stoly, stoličky, kreslá, skrinky, stojany, výstavný systém), zabezpečiť propagáciu a vydať katalóg. Na získanie finančných zdrojov máme 3 mesiace, priestory musíme pre verejnosť otvoriť prvou výstavou do 8 mesiacov. Traja naši členovia už majú skúsenosti s prípravou projektov a jeden je ekonóm.



Tvorba jednoduchého projektu II.

– Projektový manažér



Ciele bloku

- porozumieť a určiť fázy projektového cyklu, funkcie a úlohy členov tímu
- zvýšiť kompetencie v procese prípravy a realizácie projektu
- zvýšiť komunikačné, argumentačné zručnosti a schopnosti riadiť tím a plánovať, vytvárať úlohy v rámci tímu



Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

Pre každý tím v rámci skupiny:

- magnetická alebo flipchartová tabuľa
- samolepky s názvami pozícií v tímoch pre tímy do hry, 4 sady po 7 ks vo farbách tímov (príloha 4.1)
- karty s fázami projektového cyklu vo farbe tímu (príloha 4.2)

Pre každého účastníka:

- papier alebo poznámkový blok, fixky, perá alebo ceruzky



Dĺžka v minútach

90 min.



Zhrnutie

Projektový tím (rolová hra) – 90 min.

Inštrukcie

Projektový tím – 90 min.

Školiteľ oboznámi účastníkov s cieľom a priebehom aktivity a vymenuje fázy projektového cyklu, predstaví i pozície v projektovom tíme na základe špecifik jednotlivých fáz (príloha 4.3). Účastníci sú rozdelení do štvorčlenných skupín a vychádzajú z aktivity realizovanej v predchádzajúcom bloku (ak bola realizovaná).

Každý 4-členný tím si z ponúknutých pozícií členov projektového tímu vyberie štyri a určí jednotlivých členov na základe vnútornej dohody a vzájomného spoznania sa pri tímových úlohách v predchádzajúcich aktivitách a blokoch. Členovia tímov si názvy svojich pozícií na štítkoch nalepia na odev. K dispozícii budú nasledovné pozície: vedúci projektový manažér, projektový manažér, asistent vedúceho projektového manažéra, finančný manažér, manažér publicity, realizátor aktivít, lektor – školiteľ, externý odborník – poradca. Tím si pozície vyberie na základe opodstatnenosti v modelovom projekte, ktorý bude riešiť (viď aj predchádzajúci blok) tak, aby boli funkčné vzhľadom k cieľom, rozsahu i zámeru projektu.

Tímom následne školiteľ odovzdá kartičky s vypísanými fázami projektového cyklu (**identifikovanie; plánovanie; implementácia - realizácia a administrácia projektu; monitorovanie a kontrola; ukončenie a vyhodnotenie**). Úlohou členov tímov bude maximálne v troch odrážkach napísať funkciu a činnosť svojej pozície v jednotlivéj fáze projektového cyklu. Po ukončení práce v tímoch bude nasledovať prezentácia tímov pred ostatnými účastníkmi. Každý vedúci tímu predstaví svoj tím a jeho členovia svoje očakávané činnosti. Kartičky upevnia na tabuľu, kde ostanú do ukončenia ďalších blokov – v prípade ich realizácie. Na záver ich členovia tímov vyhodnotia na základe ďalších skúseností a zručností nadobudnutých počas nasledujúcich vzdelávacích blokov. Porovnajú tak svoje očakávania s reálnym obsahom činnosti.



Prílohy



Príloha 4.1: Kartičky s názvami pozícií v tímoch

Vedúci projektový manažér	Projektový manažér
Asistent vedúceho projektového manažéra	Finančný manažér
Manažér publicity	Realizátor aktivít
Lektor - školiteľ	Externý odborník - poradca



Prílohy

Príloha 4.1: Kartičky s názvami pozícií v tímoch

**Vedúci projektový
manažér**

**Projektový
manažér**

**Asistent vedúceho
projektového
manažéra**

Finančný manažér

Manažér publicity

Realizátor aktivít

Lektor - školiteľ

**Externý odborník
- poradca**

Prílohy



Príloha 4.1: Kartičky s názvami pozícií v tímoch

**Vedúci projektový
manažér**

**Projektový
manažér**

**Asistent vedúceho
projektového
manažéra**

Finančný manažér

Manažér publicity

Realizátor aktivít

Lektor - školiteľ

**Externý odborník
- poradca**



Prílohy

Príloha 4.1: Kartičky s názvami pozícií v tímoch

**Vedúci projektový
manažér**

**Projektový
manažér**

**Asistent vedúceho
projektového
manažéra**

Finančný manažér

Manažér publicity

Realizátor aktivít

Lektor - školiteľ

**Externý odborník
- poradca**

Prílohy



Príloha 4.2: Karty s fázami projektového cyklu

FÁZY PROJEKTOVÉHO CYKLU	POZÍCIA V PROJEKTOVOM TÍME			
Identifikovanie				
Plánovanie				
Implementácia				
Monitorovanie a kontrola				
Ukončenie a vyhodnotenie				



Prílohy

Príloha 4.2: Karty s fázami projektového cyklu

FÁZY PROJEKTOVÉHO CYKLU	POZÍCIA V PROJEKTOVOM TÍME			
Identifikovanie				
Plánovanie				
Implementácia				
Monitorovanie a kontrola				
Ukončenie a vyhodnotenie				

Prílohy



Príloha 4.2: Karty s fázami projektového cyklu

FÁZY PROJEKTOVÉHO CYKLU	POZÍCIA V PROJEKTOVOM TÍME			
Identifikovanie				
Plánovanie				
Implementácia				
Monitorovanie a kontrola				
Ukončenie a vyhodnotenie				



Prílohy

Príloha 4.2: Karty s fázami projektového cyklu

FÁZY PROJEKTOVÉHO CYKLU	POZÍCIA V PROJEKTOVOM TÍME			
Identifikovanie				
Plánovanie				
Implementácia				
Monitorovanie a kontrola				
Ukončenie a vyhodnotenie				

Príloha 4.3: Fázy projektového cyklu

Identifikovanie projektu

Je prvou fázou projektového cyklu, kedy sa identifikuje problém a cieľ, ktorý chceme projektom riešiť, teda dôvody projektu. Projekt je využitím príležitostí na riešenie identifikovaného problému. Nový projekt môžeme začať zadefinovaním jeho cieľov, zamerania a výstupov, ktoré majú vzniknúť.

Počas tejto fázy projektu je vytvorený projektový tím a detaily projektu.

Najprv urobíme analýzu problému:

- stručne vyjadríme problém v negatívne
- analyzujeme príčiny, ktoré ho spôsobujú a tiež ich vyjadríme v negatívne

Analýza cieľa umožní pochopenie krokov, ktoré je potrebné urobiť na dosiahnutie výstupov a výsledku projektu.

Analýza cieľa:

- problém vyjadríme v pozitívne – situácia po jeho vyriešení je hlavný cieľ projektu,
- zistené príčiny, ktoré spôsobili problém tiež vyjadríme v pozitívne a získame aktivity, ktoré je potrebné zorganizovať na dosiahnutie cieľa

Prílohy



Príloha 4.3: Fázy projektového cyklu

Plánovanie projektu

Plán projektu je kľúčový dokument pre úspešnú realizáciu projektu, ktorým zároveň kontrolujeme implementáciu (realizáciu) projektu. Plán je potrebné vytvoriť na začiatku akéhokoľvek projektu či podnikateľského zámeru.

Jeho účelom je zadefinovať postup, ktorý použije projektový tím, aby dosiahol plánovaný cieľ. Jeho najjednoduchším grafickým vyjadrením je Ganttova schéma.

Plán projektu poskytuje odpovede na otázky:

- Prečo sa projekt implementuje? – Akým problémom alebo hodnotami sa projekt zaoberá? Prečo má byť podporený?
- Čo sa bude v projekte diať? – Aké aktivity sa budú počas projektu realizovať? Aké sú hlavné výstupy z projektu?
- Kto? – Kto bude do projektu zapojený a aké budú jeho zodpovednosti v projekte? Ako bude/ú organizovaný/í?
- Kedy? – Aká je časová os projektu a kedy budú dosiahnuté významné míľniky v projekte?

Implementácia projektu

Cieľom tejto fázy projektu je dosiahnutie plánovaných projektových výstupov a výsledku podľa predloženého plánu. Ide zvyčajne o najdlhšiu fázu projektového cyklu a vyžaduje si najviac zdrojov.

V rámci nej sa realizuje aj:

- Organizovanie projektu – o pridelovanie úloh a delegovanie zodpovednosti v rámci projektu podľa individuálnych schopností a skúseností; vnútroprojektová komunikácia i na komunikáciu a vzťahy so širším prostredím.
- Realizácia a administrácia projektu – priebežné správy, výkazy, rozpočtovanie, vedenie účtovníctva.
- Vedenie projektového tímu – tím ako kľúčový faktor úspešne realizovaného projektu, jeho motivácia, zainteresovanosť, rovnocennosť, zodpovednosť členov s delegovaním právomocí; vytvorenie modelu tímovej komunikácie, riešenia konfliktov, zložitých a stresových situácií, možnosť prerozdelenia tímových rolí a zodpovedností a pod.

Monitorovanie a kontrola projektu

Ide o proces zameraný na sledovanie, revidovanie, prípravu správ o priebehu projektu a dosahovanie definovaných cieľov projektu. Fáza monitorovania je zameraná na kontrolu plnenia všetkých úloh a údajov, ktoré boli schválené v projekte tak, aby projekt napredoval s minimálnym rizikom. Monitorovanie a kontrola sa realizuje priebežne počas celej doby trvania projektu. Pomocou plánu aktivít a Ganttovej schémy nám monitorovanie a kontrola umožní manažovať čas, náklady, kvalitu, zmeny v projekte aj riziká. Tiež napomáha manažovať verejné obstarávanie a komunikáciu so zákazníkmi.

Ukončenie a vyhodnotenie projektu

Je poslednou fázou projektového cyklu. V tejto fáze formálne ukončíme projekt a pripravíme záverečnú správu o úrovni dosiahnutých výsledkov, merateľných ukazovateľov, naplnení cieľov a zmene východiskovej situácie. Kľúčová aktivita v tejto fáze je overenie akceptovateľnosti projektových výstupov. Pri ukončení projektu je potrebné vyhodnotiť výstupy, splnenie stanovených cieľov, kvalitu projektu, poučiť sa zo získaných skúseností a využiť dobré skúsenosti v ďalšej práci/projektoch.



Tvorba jednoduchého projektu III. – Grantový formulár

Ciele bloku

- porozumieť hlavným zásadám tvorby projektu a spôsoby jeho administrácie
- vedieť aplikovať a usporiadať získané informácie do grantového formulára

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

Pre každý tím v rámci skupiny:

- magnetická alebo flipchartová tabuľa, notebook alebo PC s možnosťou tlače
- pracovný list vo forme grantového formulára (príloha 5.1) – v prípade použitia notebookov, PC v elektronickej podobe

Pre každého účastníka:

- papier alebo poznámkový blok, fixky, perá alebo ceruzky

Pre školiteľa:

- kartičky s názvami „projektového desatora“ (príloha 5.2), text pre školiteľa (príloha 5.3)

Dĺžka v minútach

165 min. (2 x 60 min. + 45 min.)

Zhrnutie

1. Požiadajme o grant (skupinová práca) – 2 x 60 min.
2. Projektové desatoro (cvičenie) – 45 min.

Aktivita nadväzuje na vzdelávacie bloky Vyriešme problém a Projektový manažér a predpokladá ich predchádzajúcu realizáciu so skupinou.

Inštrukcie

1. Požiadajme o grant – 2 x 60 min.

Školiteľ tímom rozdá pracovné listy - pripravené jednoduché grantové formuláre, prípadne v elektronickej podobe ako formuláre vo worde (ak budú k dispozícii notebooky, PC). Obsah každej časti formulára a spôsob vyplňania vysvetlí. Tímy si vo vzájomnej komunikácii postupne vyplňajú svoje formuláre, každý na základe svojho projektového zámeru vypracovaného na predchádzajúcich blokoch (predpoklad realizácie blokov Vyriešme problém a Projektový manažér). Školiteľ počká, pokiaľ nie sú všetky tímy s vyplnením danej časti hotové a až následne sa presunie k nasledujúcej časti. Tímy môžu počas práce komunikovať so školiteľom. Projektové formuláre a ich štruktúra je jednoduchá, heslovitá, podobne heslovite a jednoducho postupujú aj tímy. Cieľom nie je vypracovať vzorovú projektovú žiadosť, ale pochopiť jej štruktúru a vnútornú logiku. Osobné údaje v časti 1 je možné vyplniť heslovite, prípadne fiktívne (GDPR). Časť rozpočet má v pracovnom liste formu tabuľky s jednotlivými položkami, určením celkového rozpočtu, vlastného kofinancovania, iných finančných zdrojov a žiadanej výšky grantu. Harmonogram projektových aktivít má formu Ganttovho diagramu.

Na záver si svoje pracovné listy – projektové žiadosti – tímy vytlačia (v prípade použitia notebookov a tlačiarne), alebo vypísané umiestnia na svoju magnetickú tabuľu k predchádzajúcim úlohám. Budú pomôckou pre ďalšiu aktivitu.

2. Projektové desatoro – 45 min.

Školiteľ umiestni na tabuľu kartičky s názvami projektového desatora – otázkami, na ktoré musí každá žiadosť odpovedať. Následne každý tím odprezentuje odpovede na otázky zo svojich pracovných listov, odpovede si členovia tímu rozdelia medzi všetkých členov. K prezentáciám sa vyjadria členovia ostatných tímov i školiteľ, spolu rozdiskutujú aj iné možnosti riešení. Aktivita formou spätnej väzby a aplikácie i hodnotenia získaných kompetencií z oblasti projektového manažmentu.



Prílohy



Príloha 5.1: Pracovný list vo forme grantového formulára

ŽIADOSŤ O POSKYTNUTIE DOTÁCIE – NENÁVRATNÉHO FINANČNÉHO PRÍSPEVKU

Pracovný list

1. Informácie o žiadateľovi:

Názov žiadateľa:	
Právna forma:	
Sídlo/korešpondenčná adresa:	
Web:	
IČO (ak žiadateľ disponuje):	
Bankové spojenie – názov banky a číslo účtu v tvare IBAN:	
Štatutárny orgán, funkcia:	
Kontakt (tel. a e-mailový):	
Meno osoby zodpovednej za projekt:	
Funkcia v organizácii:	
Kontakt (tel. a e-mailový):	
Stručný profil žiadateľa (max. 1000 znakov):	
Opis doterajších zásadných aktív, skúseností a úspechov žiadateľa, projektové skúsenosti (max. 1000 znakov):	

Personálne pokrytie projektu (realizačný tím):

Meno a priezvisko	Úloha v projekte

2. Stručné informácie o projekte:

Názov projektu:	
Skrátený názov (max. 15 znakov):	
Začiatok realizácie:	
Koniec realizácie:	
Miesto realizácie:	
Anotácia – zhrnutie projektu: (<i>stručne zhrňte celý projekt - max. 1000 znakov, jeho východiská, ciele, výsledky – čo chcete dosiahnuť a ako to chcete dosiahnuť</i>)	



Prílohy

Príloha 5.1: Pracovný list vo forme grantového formulára

3. Problém, očakávané výsledky a cieľová skupina

Popis projektu (zámer, východiská, prínos, aktivity, partneri projektu a spolupráca...), max. 2000 znakov:	
Východisková situácia: (Aký je konkrétny problém, ktorý chcete vyriešiť, aké sú jeho príčiny, ako ovplyvňuje vašu cieľovú skupinu, prečo aktuálny stav a riešenie nie je dostačujúce, viete svoje tvrdenie kvantifikovať, doložiť z overených zdrojov? - max. 1500 znakov)	
Hlavný cieľ projektu: (Čo je hlavným cieľom projektu a ako ho chcete dosiahnuť? Čo a ako projekt vyrieši, aké riešenie navrhujete, máte skúsenosti s navrhovanou realizáciou?)	
Čiastkové ciele: (Aké sú ďalšie, sekundárne ciele projektu?) - popis	1
	2
	3
Cieľové skupiny projektu a ich predpokladaný rozsah: (Pre koho projekt realizujete? Na koho je projekt zameraný a koho ovplyvní primárne i sekundárne? Aký je rozsah členov cieľovej skupiny - koľko osôb ovplyvní? Ako zmeriate počet, dosiahnutý rozsah? Ako plánujete cieľové skupiny osloviť?) - max. 1500 znakov	

4. Projektové aktivity – spôsob realizácie a časový harmonogram

Akými konkrétnymi aktivitami chcete naplniť ciele projektu, aké riešenia navrhujete?

Názov aktivity:	
Termín realizácie (mesiac, rok, resp. od-do):	
Popis aktivity:	
Názov aktivity:	
Termín realizácie (mesiac, rok, resp. od-do):	
Popis aktivity:	
Názov aktivity:	
Termín realizácie (mesiac, rok, resp. od-do):	
Popis aktivity:	

V prípade potreby nakopírujte ďalšie tabuľky.

Časový harmonogram realizácie projektu a projektových aktivít

Názov aktivity	Mesiace realizácie projektu														
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.

V prípade potreby nakopírujte ďalšie riadky.

Prílohy



Príloha 5.1: Pracovný list vo forme grantového formulára

5. Rozpočet projektu				
Položka	Špecifikácia, popis	Požadovaná suma	Suma z vlastných alebo iných zdrojov	Celkové náklady na projekt
SPOLU:				
Predpokladané výnosy a ich popis:		suma		% z celkového rozpočtu
Spolufinancovanie – vlastné zdroje:				
Spolufinancovanie – iné zdroje – aké:				
Žiadaná podpora celkom:				

V rámci projektu sú oprávnené nasledovné položky: Mzdy a honoráre – Služby súvisiace s realizáciou projektu – Cestovné náklady – Prepravné náklady – Ubytovanie – Strava a občerstvenie – Prenájom (zariadení, priestorov...) – Materiálové náklady – Propagácia, publicita a polygrafické náklady – Nehmotný a hmotný majetok (zariadenie a vybavenie) – Investície (budovy, nehnuteľnosti – výstavba, rekonštrukcia, modernizácia) – Prevádzkové náklady (energie, poštovné a komunikačné náklady, spotrebný materiál)

6. Propagácia a publicita projektu	
Spôsoby, formy a priebeh, ako bude zabezpečená publicita projektu	
Názov a forma zabezpečenia:	
Médiá (kde bude realizovaná):	
Spôsob (ako bude realizovaná):	
Čas (kedy bude realizovaná):	
Názov a forma zabezpečenia:	
Médiá (kde bude realizovaná):	
Spôsob (ako bude realizovaná):	
Čas (kedy bude realizovaná):	

V prípade potreby nakopírujte ďalšie tabuľky.

7. Výsledky a merateľné ukazovatele	
Výsledok projektu 1 (vo vzťahu na de-finované ciele):	
Merateľný ukazovateľ 1 (kvantifikácia výsledku – počet, rozsah, obdobie a pod.):	
Východisková hodnota:	
Konečná hodnota:	



Prílohy

Príloha 5.1: Pracovný list vo forme grantového formulára

Výsledok projektu 2 (vo vzťahu na definované ciele):	
Merateľný ukazovateľ 2 (kvantifikácia výsledku – počet, rozsah, obdobie a pod.):	
Východisková hodnota:	
Konečná hodnota:	

V prípade potreby nakopírujte ďalšie tabuľky.

8. Dopad a udržateľnosť

Ako aktivity projektu zmenia život identifikovanej cieľovej skupiny/skupín?	
Aká bude situácia po ukončení projektu?	
Aké ďalšie aktivity v období troch rokov plánujete realizovať?	
Ako chcete sledovať výsledky a dosiahnutú zmenu?	

9. Riziká projektu

Aké riziká predpokladáte, identifikujte ich závažnosť a opatrenia na ich elimináciu.

Názov rizika	Závažnosť (nízka – stredná – vysoká)	Opatrenia na elimináciu rizika

PROJEKTOVÉ DESATORO – Nezabudnite!

Každá projektová žiadosť by mala relevantne odpovedať na desať základných otázok:

Organizácia (odpovedá na otázku **Kto?**)

Názov projektu a jeho ciele (odpovedá na otázku **Čo?**)

Trvanie projektu (odpovedá na otázku **Ako dlho?**)

Cieľová skupina (odpovedá na otázku **Komu?**)

Východisková situácia/analýza situácie (odpovedá na otázku **Prečo?**)

Očakávané výsledky/výstupy a opis aktivít (odpovedá na otázku **Kam a ako?**)

Časový harmonogram (odpovedá na otázku **Kedy?**)

Ľudské zdroje (odpovedá na otázku **S kým?**)

Rozpočet a spolufinancovanie (odpovedá na otázku **Za čo?**)

Trvalá udržateľnosť výsledkov projektu (odpovedá na otázku **Ako ďalej?**)

Prílohy



Príloha 5.2: Kartičky s názvami "projektového desatora"

KTO? Žiadateľ - organizácia Projektové desatoro	ČO? Názov a ciele projektu Projektové desatoro
AKO DLHO? Trvanie projektu Projektové desatoro	KOMU? Cieľová skupina Projektové desatoro
PREČO? Východisková situácia - analýza situácie Projektové desatoro	KAM A AKO? Očakávané výsledky, opis aktivít Projektové desatoro
KEDY? Časový harmonogram Projektové desatoro	S KÝM? Ľudské zdroje, projektový tím Projektové desatoro
ZA ČO? Rozpočet a spolufinancovanie Projektové desatoro	AKO ĎALEJ? Udržateľnosť Projektové desatoro



Prílohy

Príloha 5.2: Kartičky s názvami "projektového desatora"

KTO?

Žiadateľ - organizácia

Projektové desatoro

ČO?

Názov a ciele projektu

Projektové desatoro

AKO DLHO?

Trvanie projektu

Projektové desatoro

KOMU?

Cieľová skupina

Projektové desatoro

PREČO?

**Východisková situácia
- analýza situácie**

Projektové desatoro

KAM A AKO?

**Očakávané výsledky,
opis aktivít**

Projektové desatoro

KEDY?

Časový harmonogram

Projektové desatoro

S KÝM?

**Ľudské zdroje,
projektový tím**

Projektové desatoro

ZA ČO?

**Rozpočet
a spolufinancovanie**

Projektové desatoro

AKO ĎALEJ?

Udržateľnosť

Projektové desatoro

Prílohy



Príloha 5.2: Kartičky s názvami "projektového desatora"

KTO? Žiadateľ - organizácia Projektové desatoro	ČO? Názov a ciele projektu Projektové desatoro
AKO DLHO? Trvanie projektu Projektové desatoro	KOMU? Cieľová skupina Projektové desatoro
PREČO? Východisková situácia - analýza situácie Projektové desatoro	KAM A AKO? Očakávané výsledky, opis aktivít Projektové desatoro
KEDY? Časový harmonogram Projektové desatoro	S KÝM? Ľudské zdroje, projektový tím Projektové desatoro
ZA ČO? Rozpočet a spolufinancovanie Projektové desatoro	AKO ĎALEJ? Udržateľnosť Projektové desatoro



Prílohy

Príloha 5.2: Kartičky s názvami "projektového desatora"

KTO? Žiadateľ - organizácia Projektové desatoro	ČO? Názov a ciele projektu Projektové desatoro
AKO DLHO? Trvanie projektu Projektové desatoro	KOMU? Cieľová skupina Projektové desatoro
PREČO? Východisková situácia - analýza situácie Projektové desatoro	KAM A AKO? Očakávané výsledky, opis aktivít Projektové desatoro
KEDY? Časový harmonogram Projektové desatoro	S KÝM? Ľudské zdroje, projektový tím Projektové desatoro
ZA ČO? Rozpočet a spolufinancovanie Projektové desatoro	AKO ĎALEJ? Udržateľnosť Projektové desatoro



Príloha 5.3: Text pre školiteľa

GRANTOVÝ FORMULÁR

Text pre školiteľa

Účastníci získajú teoretické i praktické skúsenosti v oblasti prípravy projektovej žiadosti, do ktorej prenesú vlastné vízie a nápady. Zoznámia sa s podobami grantových formulárov a spôsobom ich vyplňania.

Pre získanie akéhokoľvek grantu je potrebné vyplniť a zaslať grantový formulár. Vzhľadom na poskytovateľa, rozsah formulára – žiadosti, potreby, legislatívne a ďalšie úpravy, rozsah žiadaných finančných prostriedkov, predmet grantu a ďalšie okolnosti má rozličnú formu (elektronickú, písomnú, ich kombináciu), počet povinných i nepovinných príloh, štruktúru a rozsah.

V každej výzve na podávanie projektov vyhlasovateľ uverejní podrobné podmienky poskytnutia grantu, grantový formulár, zoznam príloh, oprávnenosť žiadateľa, formu podania a deadline – termín uzávierky podania. Je dobré si tieto informácie vždy vopred pozorne preštudovať a v prípade akýchkoľvek nejasností žiadať konzultáciu. Súčasťou výzvy sú vždy aj kontaktné informácie o vyhlasovateľovi. Každý z poskytovateľov má svoj vlastný formulár s rozdielnou štruktúrou. V zásade sa ale určité časti vo všetkých opakujú, no sú spracované rozdielne podrobne. Časti formulára – žiadosti sú často limitované počtom znakov.

Medzi najčastejšie položky formulára žiadosti o grant patria:

Identifikácia žiadateľa a prípadných projektových partnerov

Kontaktné údaje, prípadne personálne pozície a kontakt...

Administratívne a prevádzkové kapacity žiadateľa (a partnerov)

Predchádzajúce skúsenosti s realizáciou projektov, personálne pozície projektu...

Názov projektu

Mal by čo najlepšie vystihovať projekt, jeho hlavnú myšlienku alebo poslanstvo. Je dôležitý pri propagácii projektu, láka pri realizácii účastníkov aj potenciálnych sponzorov. Je prvou vecou, ktorú si všimne člen výberovej komisie – mal by upútať.

Skrátený názov

Často slúži na internú komunikáciu medzi žiadateľom a poskytovateľom. Býva obmedzený počtom znakov.

Miesto realizácie

Územie, kde sa bude projekt realizovať, rozliční žiadatelia požadujú rôznu špecifikáciu, oprávnenosť územia, rozsah, pri investičných projektoch vymedzenie číslami parciel a vlastníctvom žiadateľa a pod.

Popis – zhrnutie projektu (anotácia)

Najdôležitejšie je vystihnúť podstatu projektu, hlavné aktivity a projektový zámer, aby bolo jasné, **čo a prečo** chcete robiť. Je nutné vysvetliť a zaujať. Nezainteresovaná osoba má z týchto riadkov pochopiť, čo sa chystáte realizovať a člen výberovej komisie nadobudnúť presvedčenie, že sa oplatí podrobne si preštudovať váš projekt.



Prílohy

Príloha 5.3: Text pre školiteľa

Východisková situácia

Popis, definovanie východiskovej situácie a zdôvodnenie potreby realizácie. Popis hlavných problémov, ktoré by mal projekt vyriešiť; identifikácia príčin, ktoré viedli k týmto problémom a efekt, ktorý problém prinesie - čo a ako vyrieši.

Ciele projektu

Hlavný cieľ, parciálne – špecifické ciele. Jasne, zrozumiteľne a pochopiteľne formulované, mali by viesť k reálnemu výsledku, mali by byť SMART (S – špecifický, M – merateľný, A – akceptovateľný, R – realistický (dosiahnuteľný), T – (time) – časovo ohraničený. Vhodné je stanoviť si niekoľko cieľov, ktoré sa vzájomne dopĺňajú, alebo konkretizujú hlavný cieľ. Nemali by byť ale formulované veľmi všeobecne alebo nereálne.

Merateľné ukazovatele

Ich kvantifikácia, spôsob dosiahnutia a popis ich sledovania.

Riziká projektu

Veľkosť rizík je priamo úmerná veľkosti, záberu, rozsahu, komplexnosti projektu. Potreba stanovenia rizík – názov, popis rizika, závažnosť (nízka, stredná, vysoká), opatrenia na elimináciu rizika.

Udržateľnosť

Situácia po ukončení projektu. Stav po realizácii projektu a jeho očakávané výsledky. Aktivity realizované v rámci udržateľnosti projektu. Niektoré výzvy určujú dobu udržateľnosti, v rámci ktorej sa podávajú monitorovacie správy.

Plán evaluácie – hodnotenia

Podporuje projekt a slúži na overenie, či boli stanovené ciele aj dosiahnuté. Umožňuje zdokonalenie výsledkov na základe posúdenia hodnoty a kvality projektu. Zjednodušuje rozhodovací proces a môže byť základom podstatných zmien v projekte, ak sú nevyhnutné.

Cieľová skupina

Definícia, popis cieľovej skupiny, jej kvantifikácia (počet). Môže sa deliť na primárnu a sekundárnu. Ide o všetky osoby alebo skupiny, na ktoré je projekt zameraný a ktoré ovplyvňuje. Primárnej cieľovej skupiny sa projekt bezprostredne dotýka. Ovplyvňuje ju a vyžaduje si jej aktívnu účasť, bez ktorej by bol cieľ projektu nerealizovateľný – napr. účastníci školenia, besied, mládežníckej výmeny, respondenti prieskumov. Na sekundárnu cieľovú skupinu môže mať vplyv len okrajovo, prípadne ju zapája do aktivít len vplyvom primárnej skupiny – miestna komunita, ktorá sa dozvie o aktivitách alebo vidí ich výsledok.

Projektové aktivity

Ich popis, časový rámec, harmonogram (implementačný plán). Niekedy môžu byť špecifikované povinné alebo preddefinované aktivity. Ide o jasné, časovo následné, logické a prehľadné popísanie aktivít potrebných na dosiahnutie cieľa projektu a jeho realizáciu. Malo by byť podrobné, nezabúdať na prípravnú fázu, ani na propagáciu a disemináciu výsledkov projektu. Každá činnosť by mala byť podrobne popísaná z hľadiska spôsobu a metód jej realizácie, materiálneho, technického, priestorového a personálneho zabezpečenia. Súčasťou by mal byť podrobný, časovo špecifikovaný program aktivít – harmonogram.

Prílohy



Príloha 5.3: Text pre školiteľa

Rozpočet

Podstatná súčasť žiadosti. Je dôležité pristupovať k jeho tvorbe zodpovedne a zalkulovať všetky položky. Vo výzve na podávanie grantov sú zväčša stanovené pravidlá, ktoré ovplyvňujú tvorbu rozpočtu. Ide o vymedzenie oprávnených a neoprávnených nákladov, a maximálnej sumy. Často je stanovený percentuálny podiel výšky vlastných zdrojov. Špecifikujeme detailný popis položky, jednotka, počet jednotiek, jednotková cena, celková cena, súvis s konkrétnou aktivitou, definovanie, opis potrebnosti pre realizáciu aktivity.

Rozpočtové položky (bývajú rozličné, najčastejšie):

- Osobné náklady
- Honoráre
- Personálne náklady – ostatné osobné náklady
- Služby súvisiace s realizáciou projektu
- Cestovné náklady
- Prepravné náklady
- Ubytovanie
- Strava a občerstvenie
- Prenájom (zariadení, priestorov...)
- Materiálové náklady
- Propagácia, publicita a polygrafické náklady
- Nehmotný a hmotný majetok – zariadenie a vybavenie, investície (budovy, nehnuteľnosti)
- Prevádzkové náklady (energie, poštovné, spotrebný materiál)

Každá projektová žiadosť by mala relevantne odpovedať na desať základných otázok "projektové desatoro":

- Organizácia (odpovedá na otázku **Kto?**)
- Názov projektu a jeho ciele (odpovedá na otázku **Čo?**)
- Trvanie projektu (odpovedá na otázku **Ako dlho?**)
- Cieľová skupina (odpovedá na otázku **Komu?**)
- Východisková situácia/analýza situácie (odpovedá na otázku **Prečo?**)
- Očakávané výsledky/výstupy a opis aktivít (odpovedá na otázku **Kam a ako?**)
- Časový harmonogram (odpovedá na otázku **Kedy?**)
- Ľudské zdroje (odpovedá na otázku **S kým?**)
- Rozpočet a spolufinancovanie (odpovedá na otázku **Za čo?**)
- Trvalá udržateľnosť výsledkov projektu (odpovedá na otázku **Ako ďalej?**)



Tvorba jednoduchého projektu IV.

– Vyhodnotenie a riziká

Ciele bloku

- zvýšenie prezentačných, argumentačných a komunikačných zručností a aplikácia získaných manažérskych zručností v oblasti projektového riadenia
- identifikácia, analýza projektových rizík a aplikácia postupov na ich elimináciu

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

Pre každý tím v rámci skupiny:

- magnetická alebo flipchartová tabuľa
- pracovný list vo forme grantového formulára (príloha 5.1) – v prípade použitia notebookov, PC v elektronickej podobe
- kartičky s projektovými rizikami (príloha 6.2) a kartička diseminácia a publicita (príloha 6.1)

Pre každého účastníka:

- papier alebo poznámkový blok, fixky, perá, alebo ceruzky

Pre školiteľa:

- kartičky s pojmami a procesmi (príloha 6.1)
- modelové situácie k aktivite 2 pre školiteľa – projektové riziká (príloha 6.3)
- text pre školiteľa (príloha 6.4)

Dĺžka v minútach

105 min. (45 min. + 60 min.)

Zhrnutie

1. Ukončením nekončíme – 45 min.
2. Riziká – 60 min.

Inštrukcie

1. Ukončením nekončíme – 45 min.

Školiteľ umiestni na tabuľu kartičky s pojmami a procesmi viažucimi sa k fáze vyhodnotenia úspešnosti projektu po jeho realizácii a manažovaniu projektových rizík.

Účastníci po vyzvaní v rámci tímov uvádzajú príklady na jednotlivé procesy. Vychádzajú pritom z projektového zámeru i formulára realizovaných v predchádzajúcich školiacich blokoch.

Následne uvedie i školiteľ niekoľko príkladov, ktoré budú musieť účastníci, naopak, priradiť ku kartičkám.

Následne na základe predchádzajúcej diskusie a príkladov každá skupina pripraví zapísaním na pripravenú kartičku plán diseminácie – publicity dosiahnutých výsledkov – (príloha 6.1) a svoju vyplnenú kartičku umiestni na tabuľu.

2. Riziká – 60 min.

Školiteľ rozdá tímom štyri kartičky vo farbách tímov s označením riziko I – IV a textom: názov rizika, závažnosť (malá, stredná, vysoká), opatrenia na elimináciu rizika.

Tímy budú mať k dispozícii svoje projektové žiadosti. Školiteľ uvedie formou príkladov (modelovej situácie) štyri skutočnosti, ktoré nastali počas realizácie projektu (viď príloha 6.3).

Každú skutočnosť oznámi samostatne, na vyplnenie každej kartičky s opatreniami na elimináciu konkrétneho rizika dostanú tímy dohodnutý čas (5 minút). Každú situáciu riešia spoločne.

Po ukončení každý člen tímu už samostatne odprezentuje jedno z rizík a navrhnuté opatrenia tímu. Po odprezentovaní každého tímu budú mať ostatní účastníci časový priestor na prípadné otázky, vyjadrenia.



Prílohy



Príloha 6.1: Kartičky s pojmami a procesmi + kartička pre tímy – diseminácia a publicita

Spätná väzba	Kritéria úspešnosti
Výsledok projektu	Ukazovateľ
Evaluácia	Diseminácia
Výstup projektu	Publicita
Riziko	Rezerva



Prílohy

Príloha 6.1: Kartičky s pojmami a procesmi + kartička pre tímy – diseminácia a publicita

Plán diseminácie – šírenia výsledkov a publicita projektu

popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____

Plán diseminácie – šírenia výsledkov a publicita projektu

popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____

Plán diseminácie – šírenia výsledkov a publicita projektu

popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____

Plán diseminácie – šírenia výsledkov a publicita projektu

popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____
popis: _____ použité médium: _____ čas: _____

Prílohy



Príloha 6.2: kartičky s projektovými rizikami

Riziko I.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko II.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko III.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko IV.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____



Prílohy

Príloha 6.2: Kartičky s projektovými rizikami

Riziko I.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko II.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko III.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko IV.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Prílohy



Príloha 6.2: Kartyčky s projektovými rizikami

Riziko I.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko II.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko III.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko IV.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____



Prílohy

Príloha 6.2: Kartičky s projektovými rizikami

Riziko I.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko II.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko III.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Riziko IV.

Názov rizika: _____

Závažnosť: _____

Opatrenia na elimináciu: _____

Prílohy



Príloha 6.3: Modelové situácie k aktivite 2 – projektové riziká pre školiteľa

1. Člen projektového tímu (vedúci projektový manažér) mal v polovici doby realizácie projektu úraz, ktorý mu do ukončenia projektu znemožňuje prácu na projekte i akúkoľvek komunikáciu s projektovým tímom.
2. Dodávateľ tovaru, služby na aktivitu, ktorá sa má realizovať o 2 týždne, nie je schopný zabezpečiť dodanie tovaru, služby.
3. Na aktivitu projektu, kde je naplánovaná minimálna účasť (ako merateľný ukazovateľ) sa do uzávierky prihlásila iba $\frac{1}{2}$ z projektovaného počtu účastníkov. Aktivita začína o 2 dni.
4. Cena za tovar, službu, nevyhnutne potrebnú na realizáciu projektu (aktivity, výstupov), vzrástla od realizácie prieskumu trhu pri tvorbe rozpočtu v žiadosti do obdobia realizácie projektu o 30 %.



Prílohy

Príloha 6.4: Text pre školiteľa

VYHODNOTENIE A RIZIKÁ

Text pre školiteľa

V tomto bloku sa účastníci naučia projektovať a riešiť projektové riziká (manažment rizík), osvoja si formy spätnej väzby, diseminácie – šírenia výsledkov a výstupov projektu a zoznámia sa so štruktúrou a obsahom logickej matrice ako spôsobe uvažovania o projekte, jeho zámeroch, cieľoch, vstupoch i výstupoch.

Spätaná väzba – bol projekt úspešný, naplnil ciele?

Kritériá úspešnosti projektu môžu byť:

- kvantitatívne – také, ktoré sa dajú číselne, percentuálne vyjadriť (napr. počet účastníkov, aktivít, percento zapojenia...)
- kvalitatívne – dopad projektu nie je možné kvantifikovať číselne (zvýšenie informovanosti, kreativity, úrovne poskytovaných služieb...). Dobré a relevantné stanovenie kritérií, merateľných ukazovateľov už v projekte je rozhodujúce pri posudzovaní jeho úspešnosti a naplnenia cieľov.

Nástrojom určenia úspešnosti, efektívnosti a naplnenia projektu je i **evaluácia**, teda hodnotenie projektu (výsledku i procesu), ktorá **sa môže realizovať i ako samohodnotenie** – najjednoduchšie vo forme dotazníkov, ankiet a pod.

Dôležitou časťou a etapou po ukončení realizácie projektu je **diseminácia, teda šírenie, publicita dosiahnutých výsledkov**, projektom generovaných výstupov na základe vypracovaného plánu. Ide niekedy o množstvo prepojených, súvzťažných a rozdielnych aktivít. Ide napríklad o web stránku, semináre a konferencie, PR články, informačné bulletiny, letáky či brožúry, publikácie, výstavy a pod.

Projektové riziká

Riziká sú prirodzenou súčasťou každého projektu. Ved' predsa projektom realizujeme v obmedzenom čase s obmedzenými finančnými i personálnymi zdrojmi súbor aktivít na dosiahnutie stanovených cieľov. A to vždy prináša riziká. Aby bol náš projekt úspešný, musíme vedieť riziká však identifikovať, odstrániť alebo aspoň znížiť na únosnú mieru. Už pri tvorbe projektu počítajme a plánujme s určitou časovou, prípadne i finančnou rezervou a s možnými projektovými rizikami. Rezervy v projekte však musia byť únosné, inak neúmerne navýšia rozpočet alebo dĺžku realizácie projektu, ktorý nemusí byť podporený. Riziká projektu sú úmerne a priamo závislé od jeho rozsahu, komplexnosti a miery inovácie.

Hodnotenie rizík si vyžaduje odpovede na otázky:

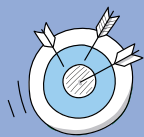
- **Aké sú riziká** nášho projektu?
- **Do akej miery môžu projekt** a jeho realizáciu, výstupy, ciele ohroziť?
- **Aké máme nástroje** – čo môžeme urobiť pre minimalizáciu rizík?

Pri tvorbe projektu je potrebné pripraviť si zoznam potencionálnych rizík a priradiť im pravdepodobnosť výskytu, účinok (dopad – nízky, stredný, vysoký), opatrenia na elimináciu a spôsob eliminácie, keď riziko nastane.





Prieskum trhu



Ciele bloku

- vedieť vytvoriť dotazník
- vedieť vyhodnotiť situáciu na trhu
- vedieť si otestovať otázky na potenciálnych zákazníkoch a zistiť ich potreby
- vedieť zistiť, kto je potenciálny zákazník a porozumieť, ako premýšľa
- vedieť vyhodnotiť požiadavky zákazníka
- vedieť premýšľať o konkurencii, jej výhodách a nedostatkoch

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa, papiere, fixky

Dĺžka v minútach

330 min.

Zhrnutie

1. Prieskum trhu – 180 min.
2. 3 x použi 4P – 90 min.
3. Cieľové skupiny – 60 min.

Inštrukcie

1. Prieskum trhu – 180 min.

Pri prieskume trhu patrí medzi najbežnejšie metódy dotazník. Aby sme boli schopní vytvoriť dotazník, musíme sa najskôr zamyslieť, akú skutočnú potrebu chceme zákazníkom uspokojovať a ako by tým pádom mali byť koncipované otázky.

- Zamyslite sa, na čo všetko sa chcete svojich zákazníkov opýtať. Čo vás zaujíma o ich potrebách a voľbe produktu alebo služby, ktorú chcete ponúkať. Ako ďaleko sú ochotní cestovať, čo presne očakávajú, aká cena im vyhovuje, aká je preferovaná otváracia doba atď.
- Spíšte si otázky. Berte ohľad na počet otázok, aby respondentom vyplnenie dotazníka netrvalo príliš dlho a respondenti boli ochotní na vaše otázky odpovedať.
- Vytvorte kruh, v ktorom sa budete vo dvojiciach pýtať navzájom. Všetky odpovede od ostatných účastníkov si starostlivo zaznamenávajúte.
- Vyhodnoťte si svoje poznatky tak, aby ste sa mohli o nich podeliť s ostatnými. Čakali ste tieto odpovede? Čo bolo pre vás najviac prekvapivé? Ktoré informácie ako prvé využijete v praxi?
- Odprezentujte zistenia svojim kolegom.

2. 3 x použi 4P – 90 min.

V tejto aktivite sa účastníci zoznámia s metódou 4P. Zistia, prečo sa všetky P musia porovnať s parametrami konkurencie. Všetko dokážu vyhodnotiť a získať spätnú väzbu. Pre tvorbu marketingovej stratégie sa využíva metodika 4P. Dá sa ale využiť aj v momente, kedy premýšľame nad konkurenciou.

- **Product – Produkt.** Aký typ produktu a služby ponúkam? V čom je unikátny a v čom je naopak podobný? Popíš najskôr svoj produkt a potom popíš 3 podobné alebo rovnaké produkty svojej konkurencie.
- **Price – Cena.** Porozmýšľaj, za akú cenu chceš svoj produkt alebo službu predať. Aké ceny ma tvoja konkurencia? Čo všetko cena zahŕňa?



- **Place – Miesto.** Kde všade chceš svoj produkt alebo službu ponúkať? Bude to online alebo offline? Ako je na tom tvoja konkurencia? Čo najpresnejšie popíš miesta, kde tvoja konkurencia ponúka obdobnú službu alebo produkt.
- **Promotion – Propagácia.** Ako chceš svoj produkt alebo službu propagovať? Kde chceš umiestniť reklamu, aby sa o tebe dozvedelo čo najviac ľudí? Je to cenovo únosné? Ako sa prezentujú tvoji traja najväčší konkurenti? Čo najpresnejšie popíš spôsoby reklamy, zliav alebo špeciálnych ponúk, ktorými chceš zákazníkov zaujať a ktoré ponúka tvoja konkurencia.

Každý účastník dostane 30 minút na to, aby písomne zodpovedal na 4P vo väzbe na svoj produkt/službu a jeho konkurenciu.

Spätná väzba

Rozdeľte sa do dvojíc. Odprezentuj svojmu kolegovi všetky produkty bez toho, aby si povedal, ktorý je tvoj, a ktorý ponúka konkurencia. Ktorý produkt pripadá tvojmu kolegovi ako zaujímavejší? Na čo ťa upozornil? Týchto výmen je možné pripraviť viac, aby účastníci dostali spätnú väzbu od väčšieho počtu účastníkov. Aktivitu ukončí lektor celkovou reflexiou.

3. Cieľové skupiny – 60 min.

Naša perspektíva je často skreslená, preto je dôležité si v rámci prieskumu trhu stúpnuť do topánok nášho klienta. Porozmýšľať, kto je našou cieľovou skupinou, poprípade viac cieľových skupín. Aby sme to dokázali, používa sa metóda tvorby takzvanej persóny. Je to vymyslený človek, ktorému dáme meno a popíšeme jeho životný štýl. Môžeme si ho aj predstaviť, môžeme ho namaľovať. Tým pádom môžeme premýšľať v rámci jeho životných štandardov, preferencií a oslobodíme sa od tých vlastných.

- Napíšte si na papier, kto sú vaše cieľové skupiny na kúpu produktu alebo služby. Sú to maminky na materskej? Úderníci? Študenti? Podnikatelia, seniori? Alebo všetci? Pokúste sa presne vyšpecifikovať a popísať čo najkonkrétnejšie vaše cieľové skupiny.
- Ku každej cieľovej skupine napíšte meno persóny, ktorá cieľovú skupinu bude reprezentovať. Je to žena alebo muž? Čo rada robí vo voľnom čase, čo nakupuje, čo je pre ňu dôležité a čo naopak nerieši. Pokiaľ máte viac cieľových skupín, rozpíšte takto persóny ku každej z nich.
- Odprezentujte persóny svojim kolegom. Vedia si toho človeka predstaviť? Vedia si predstaviť, že niekto si zakúpi váš produkt a službu? Že ich skutočne potrebuje a chce? Že je ochotný za ne platiť peniaze?
- Zobierajte si spätnú väzbu a doplňte si k personám informácie. Pomohlo vám to lepšie definovať potreby? Dokážete vymyslieť marketingovú stratégiu a vylepšiť vašu ponuku na základe nadobudnutých poznatkov?

Pamätajte, aj veľké firmy používajú persóny pre ciele svojich produktov, preto nielen pri tejto aktivite, ale aj behom podnikania si obúvajte topánky svojich cieľových skupín v momentoch, kedy budete premýšľať nad svojim produktom alebo službou.



Byť profesne/odborne dobrým



Ciele bloku

- klasifikovať a roztriediť informácie verzus fakty
- stručne vysvetliť, čo sú fakty
- usporiadať si ciele a porozumieť kontrole plnenia cieľov
- pochopiť, že pre dobré zamestnanie, kariéru, spokojný život musíme rozvíjať svoje vedomosti, znalosti a postojovú rovinu
- pochopenie dôležitosti zručnosti rozlišovania priorít
- vedieť popísať zmysel aktívneho pričinenia a správnu postojovú rovinu k práci
- uvedomiť si aktívne pričinenie a správnu postojovú rovinu k práci

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa, štítky, papiere, vytlačený text, farebné fixky

Dĺžka v minútach

690 min.

Zhrnutie

1. Práca s faktami – 180 min.
2. Plánovanie a nastavenie cieľov – 180 min.
3. Čo potrebujem pre dobrú prácu a ako v nej byť dobrým – 120 min.
4. Priority v budovaní profesie – 90 min.
5. Aspekty pre to byť dobrý – 120 min.

Inštrukcie

1. Práca s faktami – 180 min.

Na začiatku aktivity odovzdáva školiteľ expozíciu (príbeh) o tom, prečo sú pre budúcu prácu a kariéru informácie dôležité, prečo je dôležité ich odovzdávať jasne a zrozumiteľne a prečo by mali byť založené najmä na faktoch, nie na emóciách, predpokladoch a dojmoch.

Po tomto krátkom úvode, kedy sa školiteľ uistil, že účastníci týmto pojmom rozumejú, rozdá skupinkám po 2 kópie článkov a vyzve účastníkov, aby žltým zvýrazňovačom zvýraznili fakty. Na túto aktivitu majú skupiny 20 minút. Skupiny si po ukončení aktivity nahlas prečítajú fakty a vyhodnotia či ich zistenia sú správne a prečo si to myslia (zároveň sa pri tom učia obhajovať názor faktami). Akonáhle dôjde k prediskutovaniu a obhajobe výsledkov (40 min.) školiteľ ešte raz zhrnie, čo sú fakty, takým spôsobom, aby mala celá skupina rovnaký informačný základ pre ďalšie aktivity.

Pri ďalšej aktivite s rovnakým článkom účastníci oranžovým zvýrazňovačom vyznačia interpretácie faktov (to znamená, ako sú fakty vysvetlené/interpretované v určitom kontexte). Školiteľ sa najskôr uistí, že všetci účastníci tomuto pojmu správne rozumejú. Potom ich vyzve na zaznačenie interpretácií v texte. Táto aktivita trvá 20 minút, počas ktorých majú účastníci nielen hľadať interpretácie, ale tiež si tento príklad obhájiť u kolegov v skupine. Po uplynulom čase si účastníci zdieľajú výsledky a argumentujú, ako k výsledku došli a prečo.

V poslednej fáze majú účastníci označiť ružovým zvýrazňovačom tvrdenia: niečo, čo je vágne, emocionálne zafarbené a vedie k rôznemu chápaniu a rôznej interpretácii. Aj na túto aktivitu majú 20 minút a 40 minút na zdieľanie. Na konci aktivít si skupinky zhrnú, čo sa naučili a prečo práve tvrdenia môžu viesť k hádkam, pochybnostiam, nejasnostiam a zavádzajúcim informáciám.





2. Plánovanie a nastavenie cieľov - Delfnie skoky a „môj život v kocke“ – 180 min.

Na začiatku aktivity rozdá školiteľ expozíciu (príbeh) o tom, prečo je pre budúcu kariéru dôležité kontinuálne nastavovanie a vyhodnocovanie cieľov.

Po tomto krátkom úvode predstaví princíp delfínich skokov a začne prvá aktivita (60 minút). Účastníci si majú individuálne určiť, čo sa chcú naučiť:

- fyzicky – pre fyzické zdravie/schopnosti/rozvoj
- psychické zdravie – prechádzky/meditácie/telefonát s rodinou/spev/tanec
- intelektuálny rozvoj – čítanie knihy, odborné články, webinár, podcast, konferencia atď.

(Pr.: Povedala som si pred tromi rokmi, že chcem ročne prečítať jednu knihu po anglicky. Keď som to zvládla, vyskúšala som za rok prečítať dve knihy. Tento rok som prečítala 5 kníh, z toho jedna mala 800 strán. Povedala som si, že budem chodiť na prechádzky aspoň kilometer denne za každého počasia. Chodím o trochu viac, ale nikdy nevynechám deň atď.)

Na základe tejto aktivity majú účastníci uvažovať, jednak o tom, či sa im podarilo niečo dosiahnuť vďaka delfínim skokom, a zároveň uvažovať nad tým, čo chcú delfínimi skokmi dosiahnuť.

Po tejto aktivite prichádza druhá – môj život v kocke, na ktorú budú účastníci potrebovať 120 minút. Školiteľ rozdá papiere a účastníci si naň načrtnú veľkú kocku, ktorá predstavuje ich život. Potom si tu kocku rozdelia na jednotlivé roky. Roky potom ešte na kvartály pri prvých 3 rokoch. Dlhodobý cieľ v učení je trojročný. To môže byť dĺžka bakalárskeho štúdia, alebo napr. MBA. Môžeme si taktiež povedať, že sa za toto obdobie chceme naučiť hovoriť španielsky. 3 roky sú, ale príliš dlhá doba na to, aby sme dokázali dostatočne konkretizovať jednotlivé ciele. Musíme si teda povedať, že každý rok sa musíme dostať o priečku ďalej. Naučiť sa komunikovať v 3 základných časoch alebo porozumieť rozprávke v televízii. Každý veľký cieľ potom rozložíme na jednotlivé aktivity, ktoré musíme urobiť tak, aby sme ten cieľ dosiahli. V prípade, že si napr. vyberieme hru na ukulele, malo by nám na konci vyjsť, koľko hodín týždenne musíme trénovať. Účastníci si tak vytvoria vlastný učebný plán do pripravenej kocky. Z tejto aktivity by si účastníci mali odniesť konkretizovanú predstavu učebných plánov, ktoré ich naučia rozvíjať sa, byť zvedaví a učebný proces brať za svoj životný základ.

3. Čo potrebujem k dobrej práci a ako v nej byť dobrý – 120 min.

Na začiatku aktivity majú účastníci za úlohu nakresliť lietajúci balón. Do balónu majú napísať, čo všetko ich bude vynášať v kariére nahor. Po 15 minútach aktivity sa školiteľ spýta, čo si tam všetci napísali. Školiteľ popri tom môže robiť zhrnutie na flipchart. V rámci brainstormingu vyjde veľa slov. To, čo by ale malo vyniknúť, je rozdelenie medzi znalosťami, schopnosťami a postojovou rovinou – nastavenia k práci. Na predošlých dvoch sa dá pracovať, dajú sa rozvíjať. Postojová rovina je ale daná. Je to naša vnútorná motivácia, ktorú by sme si mali vedome uvedomovať.

V ďalšej časti aktivity účastníci naopak na závažie balónu napíšu, čo ich ťahá dole. Po aktivite by mal školiteľ opäť zhrnúť poznatky. Niektoré veci sa ovplyvniť dajú (a môžeme si vedome nastaviť ciele, ako ich pozitívne ovplyvniť). Niektoré veci sa objektívne ovplyvniť nedokážu a mali by byť eliminované alebo by mal byť ich vplyv prehodnotený. V poslednej časti aktivity si účastníci stanovujú ciele, akým spôsobom budú pracovať na rozvoji svojich kompetencií:

Znalosti

Čo sa potrebujem naučiť, aby môj balón letel hore/stúpaj? Ako často sa to musím učiť? Čo na to potrebujem? Môžem niekoho požiadať, aby mi s tým pomohol?

Schopnosti

Ktoré nástroje musím vedieť ovládať? Kde môžem svoje schopnosti zdokonaľovať? Môžem niekoho požiadať o pomoc? Ako si budem zaznamenávať progres?

Postoj

Prečo chcem byť dobrý zamestnanec/podnikateľ? Prečo sa chcem zlepšovať? Čo ma motivuje najviac? Prečo by som mal cítiť za svoju prácu zodpovednosť?

Spätná väzba

Na konci školiteľ zhrnie všetky odpovede a zopakuje, prečo skupina robila túto aktivitu. Vyve účastníkov, aby na znalostiach, schopnostiach pracovali a svoje pokroky si starostlivo zaznamenávali. Vyve ich tiež, aby sa podporovali navzájom a dávali si spätnú väzbu.



4. Priority v budovaní profesie (brainstorming) – 90 min.

V prvej časti aktivity si účastníci napíšu na papier imaginárnu alebo konkrétnu pracovnú pozíciu, ktorú by chceli v budúcnosti vykonávať (Pr.: poslanec, herec, vedec, veterinár, lekár, ...).

Brainstorming – v ďalšej časti aktivity budú účastníci určovať, čo všetko ich môže doviest' k ich vybranej profesii a odpovedajú na nasledovne otázky:

- Poznám nejakého herca?
- Prečo si myslím, že robí svoju prácu dobre?
- Čo je náplňou jeho práce?
- Prečo si myslím, že sa chcel stať hercom?
- Ktorá jeho vlastnosť robí z neho dobrého herca?
- Ktorá jeho vlastnosť mu škodí v jeho pozícii?
- Čo by mal zlepšovať?
- Aké znalosti by mal mať, aby svoju prácu vykonával dobre?
- Budú také pozície potrebné aj za 10 rokov? Prečo?
- Budú také pozície potrebné aj za 20 rokov? Prečo?
- Bude potrebné, aby ma práca bavila?

Akonáhle odpovedia na všetky otázky, začnú ich triediť do troch skupín:

- Je to niečo, čo pre svoju kariéru **MUSÍM** mať?
- Je to niečo, čo by som pre svoju kariéru **MAL** mať?
- Je to niečo, čo by som pre svoju kariéru **MOHOL** mať?

Vyššie rozdelené argumenty budú účastníci obhajovať pred skupinou a školiteľ im bude dávať spätnú väzbu. Na záver školiteľ zhrnie aktivitu: v kariére a jej budovaní musia účastníci vedieť určovať priority. Tu je nápomocná technika **MUSÍM, MAL BY SOM, MÔŽEM** (MUST, NEED, GOOD to have).

5. Aspekty pre to byť dobrý – 120 min.

Školiteľ napíše na flipchartovú tabuľu odrážky:

- Prevezmite iniciatívu
- Buďte svojim vlastným hodnotiteľom
- Buďte pripravení sa učiť
- Predvídajte potreby
- Komunikujte dobre
- Stanovte si ciele, ktoré chcete dosiahnuť
- Ukáž, nerozprávaj
- Získajte dôveru
- Vytvárajte riešenia
- Buďte vnímaví k okoliu

Školiteľ vyzve účastníkov, aby sa zamysleli a k prvej odrážke (5 min.) napísali, čo to pre nich znamená. Školiteľ diskusiu moderuje a vyvažuje (5 min.). Takto postupuje skupina pri každej odrážke. Diskusia má účastníkom ukázať, čo všetko je dôležité pre to, byť kariérne dobrým a organizácii alebo sám sebe nápomocným. Čím všetkým sa dá prispieť k dobrej firemnej kultúre a spolupráci s ostatnými.

Na konci aktivity školiteľ zhrnie poznatky. Účastníci majú za cieľ napísať:

- Čo všetko som sa behom aktivity naučil?
- Čo sa mi páčilo?
- Čo chcem použiť v budúcnosti?

Prílohy



Príloha 1: Krátka expozícia (Práca s faktami)

V súčasnosti žijeme v dobe informácií. Na internete sa každú sekundu pridávajú milióny a milióny informácií. Nie všetky informácie sú však fakty. Môžu vyjadrovať emócie, dojmy, predpoklady a veľa iných informácií, ktoré nám nejako ovplyvňujú emócie. Nemajú však s faktami nič spoločné. Pre našu kariéru je dôležité kritické myslenie – schopnosť rozlíšiť a triediť fakty a vyvodzovať z nich akcie/reakcie. Preto nasleduje aktivita, ktorá nám má pomôcť túto schopnosť rozvíjať.

Príloha 2: Text pre hľadanie faktov (Práca s faktami)

Zloženie vesmíru

Je trochu neobvyklé začať prednášku tým, že vlastne väčšinu podstaty vesmíru nepoznáme. Bohužiaľ, je to skutočne tak. Na základe štúdia vlastností viditeľných objektov, ako sú obežné rýchlosti hviezd i celých galaxií, neočakávaná sila gravitačných šošoviek, rozloženie teploty horúceho plynu v galaxiách či neobvyklé chovanie kozmického mikrovlnného žiarenia (presnejšie jeho anizotropia), dospeli astronómovia k presvedčeniu, že na nám známy vesmír musí pôsobiť hmota (24 % vesmíru) a energia (71,4 % vesmíru), [[1]] ktorých podstatu nepoznáme, no aj tak sme schopní pozorovať ich účinky. [a] Majme teda na pamäti, že po celú dnešnú prednášku sa budeme rozprávať len o nepatrnom zlomku toho, z čoho sa vesmír skutočne skladá. Bohužiaľ, výsledkom poznania môže byť aj to, keď zistíme, že „vieme, že nič nevieme.“ (Sokrates, 469 – 399 pr. Kr.)

Ako je to teda so zvyšnou materiou? Pokiaľ by sme chceli ako chemici popísať zloženie vesmíru z pohľadu nejakých cudzincov, potom by sme mohli smelo prehlásiť, že je vlastne zo troch štvrtín tvorený vodíkom a ostatok je hélium. Ostatné elementy sú v podstate len nečistotami. Je to ako so vzduchom na zemi, ktorý je taktiež v podstate tvorený z troch štvrtín dusíkom, zhruba zo štvrtiny kyslíkom a zvyšok sú v podstate prímеси. Ako vodík, tak hélium sa vyskytujú v rôznych formách podľa toho, v akom prostredí sa nachádzajú. V prípade vodíku sa vo voľnom priestore nachádzajú prevažne ióny H^+ a atomárny plyn H , [b] [[2]] v zhlukoch zvaných oblaky zase molekulárny vodík H_2 prípadne molekulárne ióny H_2^+ a H_3^+ hrajúce v ich chémii významnú úlohu. Hélium existuje opäť vo forme atomárneho plynu He prípadne iónu He^+ . Zvláštnou formou výskytu hélia je žiarenie alfa, ktoré je tvorené prúdom jadier (formálne teda iónom He^{2+}) napríklad v slnečnom vetre, kde ich rýchlosť dosahuje až 400 km/s. [[3]] Navzdory tomu že za normálnych podmienok hélium netvorí molekulárny plyn, [c] vo vesmíre sa môžeme stretnúť s iónmi He_2^+ . Má sa za to, že tento ión bol dokonca prvou časticou vzniknutou vďaka chemickej väzbe. [[4]]

Chemické zlúčeniny a prvky, ktoré nás bežne obklopujú v našom živote, sú vo vesmíre v skutočnosti len málo zastúpené. Tvoria asi 2 % hmoty ťažkých častíc (baryónov). Svet, ktorý nás obklopuje, je vlastne skutočným zrníčkom v oceáne vodíku a hélia.

1. Chemická analýza vesmíru

Než sa budeme venovať vzniku prvku a chemických zlúčenín, mali by sme urobiť malú odbočku a povedať si, ako môžeme zistiť, z čoho sú vesmírne objekty zložené. Pri klasickej chemickej analýze odoberáme z objektu vzorku a dopravíme ju do laboratória, podľa potreby ju upravíme a následne skúmame zloženie za použitia vhodného prístroja. Najvzdialenejší kozmická sonda sa v súčasnej dobe nachádza vo vzdialenosti 0,002 svetelného roka, avšak najbližší hviezda Proxima Centauri je vzdialená 4,24 svetelného roka, teda 2 120 x ďalej. Najrýchlejším ľudmi vyrobeným objektom sa stala v roku 2007 sonda New Horizons, ktorá efektom gravitačného praku dosiahla rýchlosť 23 km/s. I keď jej cieľom sa stane v roku 2015 Pluto, pokiaľ by sme ju touto rýchlosťou vyslali ďalej, k nebližšej hvizde by putovala ešte ďalších 13 042 let. Na základe tejto úvahy vidíme, že súčasnými technickými prostriedkami nemôžeme z objektov v vzdialenom vesmíre odberať vzorky. Ako je teda možné, že o ich zložení usudzujeme toľko?

Z objektov tzv. viditeľného vesmíru k nám prichádza svetlo. Technicky vzaté, to, čomu hovoríme svetlo alebo viditeľné svetlo, je len malou – ľudským okom viditeľnou – súčasťou elektromagnetického žiarenia. Podľa energie, ktorú toto žiarenie na objekty pôsobí, je rozdelené okrem viditeľného svetla ešte na ďalšie súčasti, ako sú veľmi energetické a nebezpečné gama lúče, látkami prenikajúce röntgenové žiarenie, ľudskému oku a koži nebezpečné UV žiarenie,



Prílohy

Príloha 2: Text pre hľadanie faktov (Práca s faktami)

tepelné sálanie, mikrovlny a rádiové vlny. Podstata všetkých týchto súčastí elektromagnetického žiarenia je, ako už sám názov napovedá, v jeden okamihu nastávajúca periodická zmena magnetického a elektrického pole. Napr. molekuly v plameni ohňa vysielajú do priestoru periodicky premenné elektrické a magnetické pole. Toto pole pôsobí na molekuly v našej pokožke, jej molekuly takto na diaľku prijímajú energiu a začnú viac vibrovať. Naše pokožka sa ohrieva a my tento prenos energie elektromagnetickým žiarením vnímame ako sálanie tepla. Oheň k nám však vysielala aj iný druh energetickejšieho elektromagnetického poľa, ktoré je schopné prejsť šoškovkovo nášho oka a pôsobiť na chemické látky v našej sietnici. My potom toto pole vnímame ako svetlo vychádzajúce z ohňa. Rovnakým spôsobom k nám putuje tiež svetlo, teplo a ďalšie časti elektromagnetického spektra (rádiové vlny, UV žiarenie atď.) zo Slnka, hviezd či hmlovín.

Ako však svetlo vypovedá o chemickom zložení? Ak má objekt nenulovú teplotu, vydáva do priestoru elektromagnetické žiarenie. Ako už bolo povedané, pri horúcich objektoch toto žiarenie vnímame ako sálanie tepla, pri naozaj rozohriatych látkach dochádza k rozsvieteniu vo viditeľnom svetle. Zatiaľ čo intenzita svetla prichádzajúceho z masy objektu závisí len na jeho teplote, plyny určitého chemického zloženia svietia v rôznych častiach spektra nerovnomerne. Táto nerovnomernosť je dokonca tak veľká, že v širokých rozsahoch energií k nám z plynov neprichádza žiadne svetlo a len v úzkych oblastiach plyn svetlo vydáva. Rovnaké pravidlo platí aj pre pohlcovanie žiarenia plynom. Ak si graficky znázorníme závislosť intenzity vyžarovania na energii (vlnovú dĺžku, frekvenciu) svetla, dostaneme tzv. spektrum žiarenia vychádzajúceho z daného objektu. Je to v podstate dúha. Spektrum plynov je čiarové a pozícia týchto čiar v spektre je striktné daná jeho chemickým zložením. Špecifické spektrum však molekuly vyžarujú i pohlcujú nielen v rozsahu viditeľného svetla. V praxi sú uskutočňované marenia v oblasti rádiových vln pomocou rádioteleskopov, [5] tepelného, UV, RTG a gama žiarenia pomocou družíc a viditeľné spektrum vo viditeľnej oblasti v blízkom tepelnom žiarení na observatóriách pomocou ďalekohľadov. Keďže valná časť elektromagnetického žiarenia (okrem viditeľného a istej časti rádiových vln) je blokována atmosférou Zeme, hrajú satelity v pozorovaní vesmíru nezastupiteľnú úlohu.

2. Ako to všetko začalo

S moderným pojatím o počiatku vesmíru začínajúceho rozpínaním z jedného bodu (praatómu) prišiel roku 1927 belgický fyzik a katolícky kňaz Georges Lemaitre. Jeho oponent, americký astronóm Fred Hoyle, jeho teóriu nazval big bangem, čiže blbosťou. Nakoniec tím celému konceptu dal názov.

Výpisky a materiály

Zrod vesmíru

V počiatku bol vesmír vyplnený fotónmi gama žiarenia a neutrónmi (častice s nulovou či malou hmotnosťou a nulovým nábojom). Teplota niekoľko mikrosekúnd po zrode vesmíru dosahovala cca 10^{14} K. Interakciami fotónov v tejto matérii vznikli behom niekoľkých mikrosekúnd za teploty 10^{13} K prvé častice „skutočné hmoty“. Najskôr mali neutína a gama lúče veľmi vysokú energiu, takže dochádzalo k formovaniu ťažkých častíc – protónov a kvarkov. Rovnako ako spomenutými procesmi vznikajú častice hmoty, z ktorých sme zložení aj my sami, musí zákonite dochádzať aj k vzniku antihmoty. Dá sa teda predpokladať, že spolu s protónom musí pri takej reakcii vzniknúť aj antiprotón, čiže celú rovnicu možno napísať ako:

$$\nu_p + \text{anti}\nu_p + 2\gamma_e = p^+ + p^-$$

Pričom energia fotónov nutných k syntéze je daná Einsteinovou rovnicou

$$E=hf = m_p c^2$$

Príloha 3: Krátka expozícia (Plánovanie a nastavovanie cieľov)

Preto, aby sme uspeli v našom povolání, potrebujeme na sebe neustále pracovať. A to nielen v odboroch, ktoré nás bavia, ale aj v inom odbore, ktorý tomu nášmu môže dať inovátny presah/pridanú hodnotu. To znamená, že napr. automechanik sa môže zaujímať o mechaniku, elektroniku, ale zároveň môže rozumieť IT. Alebo lekár môže rozumieť modelovaniu

Prílohy



Príloha 3: Krátka expozícia (Plánovanie a nastavovanie cieľov)

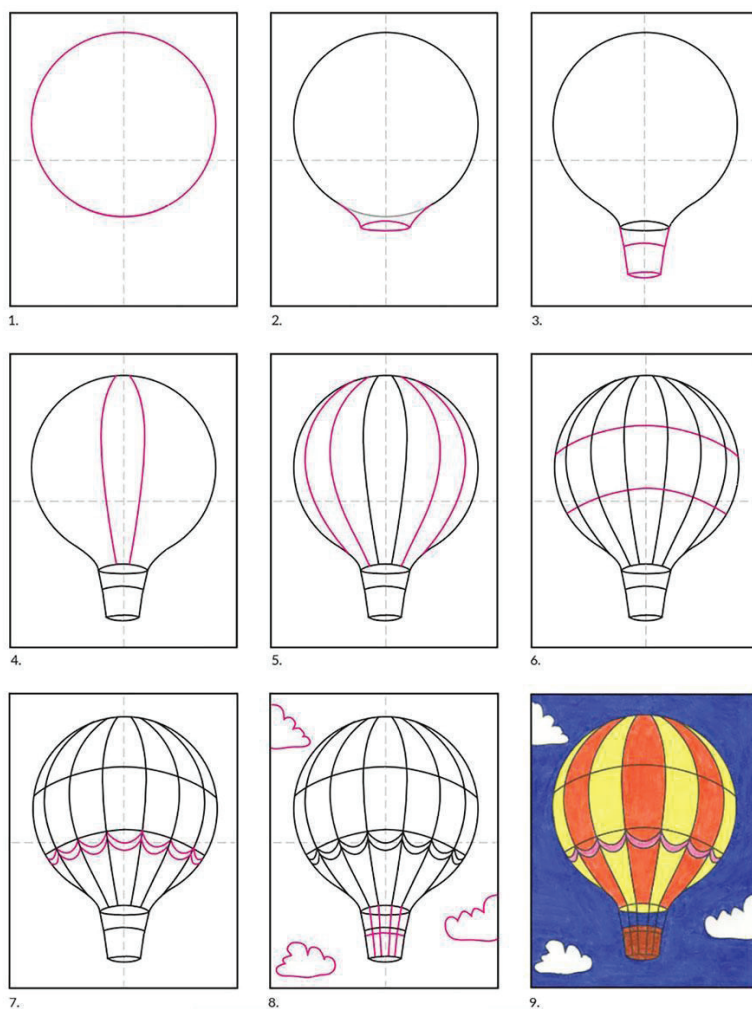
a vďaka tomu vynikať v tvorbe protéz pre pacientov. Policajt, a zároveň veterinár sa môže špecializovať na rekonvalescenciu služobných psov. Pokiaľ dokážeme spájať odbory, oblasti alebo kompetencie, sme pre trh práce zaujímavejší.

Aby sme, ale toho dosiahli, nestačí mať iba zámer. Musíme si stanoviť ciele nášho učenia – čítanie kníh, online kurzy, podcasty, krúžky keramiky, behanie. Hra na ukulele. Čokoľvek, čo v našom mozgu vyvoláva tvorbu ďalších synapsií a tým aj rozvoj.

Príloha 4: Princíp delfínich skokov (Plánovanie a nastavovanie cieľov)

Začať je vždy ťažké. Preto je lepšie na začiatok si stanoviť cieľ, ktorý bude uskutočniteľný, zároveň ale nebude úplne jednoduchý. Akonáhle ho dosiahneme, odmeníme sa. Pre ďalšie obdobie nastavíme žrdku trošičku vyššie – to znamená, že urobíme v našom cieľu trochu väčší skok. Takto postupujeme ďalej a ďalej. Všetko si môžeme zaznamenávať do diára, aby sme náš postup videli.

Príloha 5: Balón (Čo potrebujem k dobrej práci a ako v nej byť dobrý)





Ako byť finančne v pluse



Ciele bloku

- vedieť stanoviť typy nákladov a výdajov v časovom období
- vedieť stanoviť ciele na sporenie a tvorbu finančnej rezervy
- porozumieť spôsobom záznamu a vyhodnocovania
- vedieť nastaviť mechanizmy a denné rutiny, ktoré bránia v tvorbe úspor
- pochopenie, že zdanlivo lacné veci môžu byť drahé, ak sa nakupujú zbytočne alebo často



Skupina

6 – 20 osôb



Materiál

- flipchartová tabuľa, papiere, fixky



Dĺžka v minútach

250 min.



Zhrnutie

1. Ako byť finančne v pluse – 50 min. + 30 min. + 20 min. 100 min.
2. Ako byť finančne v pluse – zmeň perspektívu – 90 min.
3. Ako byť finančne v pluse – počty – 60 min.



Inštrukcie

1. Ako byť finančne v pluse – 50 min. + 30 min. + 20 min. – 100 min.

3 šuflíky

Na papier si napíšeme 3 stĺpce a pomenujeme ich:

- Potreby:
- Sny:
- Úspory:

Ďalej pod potreby píšeme, čo všetko v priebehu mesiaca musíme zaplatiť a bez čoho sa nezaobídeme: jedlo, cestovné, nájom, účty za telefón, elektrinu, plyn, splátka hypotéky. Tieto náklady zrátame. Nemali by predstavovať viac ako 50 % príjmu.

Do ďalšieho políčka napíšeme veci, ktoré si chceme v danom mesiaci kúpiť, ale vyslovene ich nepotrebujeme k prežitiu: lístky do kina, halenka, permanentka do fitka, Netflix... Tieto náklady by nemali presiahnuť 30 % príjmu.

Posledné pole predstavuje úspory. Tie môžu predstavovať zvyšných 20 % príjmu. Tie si môžeme riadiť v závislosti od toho, na čo šetríme. Aj úspory môžu mať svoje stĺpce – úspory pre krízové situácie (železná rezerva), úspora na veľkú investíciu (auto) atď. Podľa objemu môžeme spočítať, koľko ušetríme za rok. Ak by sa nám to zdalo málo, môžeme sa motivovať tým, že budeme viac šetriť na ostatných nákladoch. S úsporami budeme pracovať aj v ďalšej aktivite. Tam si povieme, koľko chceme ušetriť v dlhšom časovom horizonte. Tento cieľ si rozložíme do jednotlivých mesiacov a povieme si či nám to takto vyhovuje. Ak nie, hľadáme možnosti ďalších príjmov – brigáda na víkend? Môžem predat veci, ktoré už nepotrebujem? Môžem namiesto nákupu opraviť starú vec? Kúpiť lacnejšie alebo vymeniť? Podľa toho si nakreslím cestu a jednotlivé úsečky so sumou, ktorú chcem do tej doby našetriť.

Denník

Posledná aktivita je na to, aby sme si povedali, ako si budeme svoje financie zaznamenávať. Existujú mobilné aplikácie, papierové denníky a metódy, ktoré nám môžu pomôcť získať kontrolu nad financiami. Ktoré mi najviac vyhovujú? A dokážem si výdaje zaznamenávať a byť k sebe úprimný vo svojej finančnej disciplíne? Na čo si musím dať najväčší pozor?

Napište si svoje najväčšie prekážky a túžby vo finančnej samostatnosti a schopnosti byť v pluse. Pamätajte na ne a zaznamenávajte si svoj progres. Nevzdávajte sa.



2. Ako byť finančne v pluse – zmeň perspektívu – 90 min.

Brainstorming

Účastníci si zaznamenávajú odpovede na tieto otázky:

- Na čo míňam najviac peňazí? Je to oblečenie? Jedlo? Zábava?
- Som schopný to nejako obmedziť?
- Napíšte si všetky aktivity a veci, za ktoré najviac utrácate, aj keď by ste nemali za ne utracať. Zakrúžkujte tie položky, pri ktorých to chcete obmedziť.

Zmeň perspektívu

Zistil si, že najviac míňaš na oblečenie, pretože rád chodíš do obchodného centra. Obmedz to. Do obchodu choď len s konkrétnym zoznamom vecí, ktoré naozaj potrebuješ kúpiť. Môžeš počkať na zľavy? Môžeš ísť namiesto toho s priateľmi na prechádzku k vode? Môžeš sa inak zabaviť a odmeniť sa niečím iným ako nákupmi?

Veľa minieš na stravu v podnikoch? Kávu so sebou? Kiná? Zober si so sebou fľašu. Informuj sa, či náhodou v knižnici nie je zaujímavá prednáška, kde si môžeš sadnúť s kamarátmi namiesto kaviarne. Prechádzajte sa, navštevujte verejné miesta, v ktorých nemusíš utracať za jedlo a pitie. Ber si malú desiatu so sebou – jablko, oriešky.

Minieš na kino? Urob si pekný večer s kamarátmi doma. Pozrite si spolu film. Alebo zorganizuj premietanie filmu v škole alebo knižnici. Je veľa projektov, ktoré ťa v tom podpora a sú zadarmo.

Minieš veľa na športy? Môžeš si zacvičiť vonku.

Pamätaj, vždy je možnosť, ako redukovať svoje denné náklady bez toho, aby si musel nutne obmedziť kontakt s ľuďmi. Miesto cesty autom choď bicyklom, namiesto nákupov choď s blízkymi do prírody. Ak máš strach, že minieš viac, ako by si mal, vezmi si so sebou len hotovosť a neber kartu. Ak sa ti podarí hotovosť neminúť, daj si ju do nádoby na úspory a vystav. Narastajúci obnos ti bude robiť radosť.

Pri nákupe potravín maj zoznam vecí, ktoré potrebuješ kúpiť. Znížiš tak plytvanie. Zníž teplotu v dome o 1 stupeň. Ušetríš za plyn/elektrinu.

Odhlás sa z nákupných klubov, lákajú ťa na výhodné nákupy vecí, ktoré nepotrebuješ. Upratuj častejšie. Uvedomíš si, že máš veľa vecí a ďalšie nepotrebuješ. Buď vytrvalý a vydrž to. Trpezlivosť a vytrvalosť ruže prináša... a peniaze nazvyš tiež. Platíš kartou? Prejdi na hotovosť. Platním v hotovosti si lepšie uvedomíš, koľko peniaz dávaš z ruky ako keď "pípaš" za nákupy kartou.

Na základe týchto prípadov lektor prostredníctvom brainstormingu hľadá najlepšie alternatívy na zmenu pre účastníkov. Účastníci si majú zapísať, aké triky im najviac pomôžu. Účastníci si tieto triky zapíšu pri vizualizácii úspor. Tri mesiace trvá nastaviť si nové návyky. Pokus sa tieto 3 mesiace zotrvať v záznamoch a vizualizácii.

3. Ako byť finančne v pluse – počty – 60 min.

Lektor poprosí účastníkov, aby si napísali, na čo míňajú každý deň a každý víkend.

- Sú to cigarety? Alkohol? Káva so sebou? Pivo? McDonald's?
- Je to lacné?

Podme si to spočítať

Ak si každý druhý deň kúpim kávu so sebou za 2 €, koľko ma to stojí mesačne? Vychádza to na 30 € mesačne. Ak si kupujem kávu so sebou každý deň, je to 60 €.

Ak si raz za 2 dni kúpim krabičku cigariet, je to 120 € mesačne.

Ak si jedenkrát do mesiaca kúpim nové tričko za 20 €, vychádza to na 240 € ročne. Ak si kúpim tričko len vtedy, keď ho naozaj potrebujem, môžem ušetriť.

Nevieš, na čo míňaš viac, ako je potrebné? Pozri sa na výpis svojej karty. Niektoré aplikácie ti ponúkajú rýchly prehľad výdavkov.

Skús svoje výdavky vynásobiť a zistiť mesačné/ročné výdavky. Týždenné výdavky v bare v hodnote 20 € znamenajú, že za mesiac nechám v bare 80 €, ročne tým pádom 960 €.

Akonáhle si rozpíšeme tieto počty, podme si povedať, čo z našich výdavkov môžeme redukovať na polovicu. Kino, reštaurácie, fitká? Sauny, bary? Cigarety?

Napíšte si svoje záväzky a vizualizujte si svoje zlepšenie. Dohodnite sa s kamarátom, že si budete navzájom zdieľať svoj postup, zlepšenie a problémy s prekonávaním prekážok.

Nevzdávajte sa.



Ako sa predat'



Ciele bloku

- definovať pridanú hodnotu, ktorú dávam zákazníkovi, a definovať výhody oproti konkurencii
- usporiadať dôležitosť pridaných hodnôt a neférové výhody
- vedieť pripraviť krátku a efektívnu prezentáciu s dôrazom na potreby zákazníkov
- vedieť prijať a zapracovať spätnú väzbu od účastníkov aktivity a lektora
- vedieť nastaviť praktické míľniky, ktoré pomáhajú účastníkom v budúcnosti sa lepšie predat'
- vedieť definovať kompetencie, ktoré zvyšujú pridanú hodnotu účastníkov, ich neférové výhody a rozvíjať ich
- vedieť nastaviť merateľné hodnoty, podľa ktorých je zaznamenávaný postup a úspech a následne zvoliť vizualizáciu alebo nástroj pre ich záznam

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa, lepiace papieriky, kancelárske papiere, vytlačený text, farebné fixky

Dĺžka v minútach

420 min.

Zhrnutie

1. Definícia seba samého – 60 min.
2. Sebareprezentácia – 180 min.
3. Cesta k úspechu – 180 min.

Inštrukcie

1. Definícia seba samého – 60 min.

Blok sa bude skladať z troch častí. V prvej bude vytváraný panáčik, ktorý reprezentuje integritu. V druhej časti budú účastníci popisovať svoje výhody pred ostatnými. V tretej účastníci uskutočnia škálovanie a reflexiu.

Panáčik:

Nakreslite si na flipchart panáčika, ktorý bude reprezentovať vás:

- to, čo chcete ponúknuť ostatným a čo reprezentuje vašu integritu
- v čom ste výnimoční
- kvôli čomu sú s vami vaši priatelia
- čo viete spraviť inakšie ako ostatní
- čo viete lepšie ako ostatní
- Za čo z toho by boli ľudia ochotní vám zaplatiť? Každý účastník si nakreslí svojho panáčika, ktorý reprezentuje jeho integritu.

Výhoda:

Výhoda alebo neférová výhoda ako pojem sa používa, keď chceme začať podnikat' a premýšľame, v čom budeme mať výhodu pred ostatnými, ak by chceli s rovnakým podnikaním začať rovnako ako my (znalosť marketingu, priestory, nástroje...). V tejto časti účastníci tvoria zoznam neférových výhod, ktoré majú pred potenciálnou konkurenciou.

Škálovanie a reflexie:

Účastníci všetky svoje pridané hodnoty (panáčika) a výhody, ktoré majú vo svojom zozname, hodnotia od 1 až po 4 podľa dôležitosti (1 – nedôležité, 4 – najviac dôležité). Účastníci si svoje pripísané hodnotenia, výhody aj pridané hodnoty okomentujú s kolegami. Účastníci vysvetlia, prečo zvolili práve tieto a vyžadujú si spätnú väzbu.

2. Sebareprezentácia – 180 min.

Účastníci si vytvoria krátku prezentáciu, na základe ktorej budú predávať seba, svoju pridanú hodnotu, poprípade produkt alebo službu.





- vytvorenie štruktúry: Čo by malo v mojej krátkej prezentácii zaznieť?
- vytvorenie úvodu: Čo je tá najviac zaujímavá vec, ktorá môže zaujať publikum/zákazníka? Bude vhodné dať na začiatok otvorenú otázku? Bude vhodné dať predstavenie? Bude vhodné povedať niečo šokujúce? Tvrdenie? Hláska? Čo bude úvod, ktorý bude neprehliadnuteľný a vytvorí potrebu počúvať ďalej?
- vytvorenie tela prezentácie: Čo musí stopercentne zaznieť, aby mal zákazník/publikum základné informácie a chcel službu, produkt kúpiť alebo aby so mnou chcel ďalej komunikovať a rozvíjať spoluprácu?
- vytvorenie údernej koncovky: Čo by malo prezentáciu uzatvárať? Mala by tam byť výzva? Otvorená otázka? Pokrik? Poďakovanie? Čo je pre moju prezentáciu najvhodnejšie? Aký tón hlasu budem voliť?

Každý z účastníkov odprezentuje svoju prezentáciu. Ostatní účastníci poskytnú spätnú väzbu na prezentácie v štruktúre:

- fakty: čo zaznelo, čo nezaznelo a malo zaznieť, čo sa mi nepáčilo
- interpretácia: čo bude znamenať, keď by som nespomenul chýbajúce informácie, čo sa stane, keď bude použitý tento tón...
- motivácia: prečo je vhodné zmeniť prístup a s čím to vie pomôcť

Prezentácie - 2 kolo

Na základe spätnej väzby si účastník opraví svoju prezentáciu a odprezentuje ju znova. Účastníci mu znova poskytnú spätnú väzbu. Pri dokončení aktivity dôjde k rekapitulácii: Každý z účastníkov povie, v čom mu aktivita pomohla a čo si vďaka nej uvedomil.

3. Cesta k úspechu – 180 min.

Dnes som na začiatku cesty. Povedal som si, aké sú moje výhody a moja pridaná hodnota, naučil som sa ich ohodnotiť a oceniť ich vhodnosť, ale život je dynamický a postupuje. Preto sa aj ja musím rozvíjať, aby som udržal tempo a dokázal sa predať aj v budúcnosti. Aké míľniky stoja na mojej ceste životom? Čo chcem dosiahnuť a v akom časovom horizonte? Čo bude tá najmenšia merateľná jednotka úspechu, aby som vedel, že postupujem správne?

Aktivita č. 1:

Účastníci si nakreslia cestu a na nej nakreslia balvany. Na jednotlivé balvany napíšu míľnik, ktorý pre nich balvan predstavuje (naučiť sa programovať, zlepšiť komunikáciu, vytvoriť le-ták, osloviť svojich blízkych, získať prvého zákazníka, založiť si firemný účet...). Na začiatku cesty je najmenšia merateľná jednotka úspechu, ktorá mi potvrdí, že som sa na ceste pohol a postupujem. Zároveň si pokúsím určiť čas, ktorý by mi na jeho dosiahnutie mal stačiť (týždeň a deadline, kedy týždeň končí). Podľa toho po prekonaní prvého stupňa úspechu spoznám či idem dostatočne rýchlo, alebo naopak, pomaly. Pokiaľ sa mi nedarí dostatočne rýchlo postupovať, môžem v budúcnosti prehodnotiť míľniky. Výstupom aktivity by mal byť u každého účastníka pokreslený papier alebo flipchart, na ktorom je **cesta a na nej zaznačené jednotlivé body – míľniky, ktoré predstavujú to, kam by sa účastníci vo svojom živote mali uberať z perspektívy schopnosti „predať sa“**.

Aktivita č. 2:

Ktoré kompetencie mám na tejto ceste rozvíjať? A čo k tomu potrebujem? Na niektoré kompetencie stačí youtube video, kurz, škola alebo tréning. Na iné potrebujeme vedome pracovať a získavať skúsenosti a nadhľad v reálnom živote. Ktoré z kompetencií chcem ovplyvňovať vedome a kontrolovať ich rozvoj? Ako to chcem dosiahnuť? Všetky kompetencie, aktivity a poznatky účastníci zapisujú na lepíky (postity) a lepia okolo cesty z prvej aktivity.

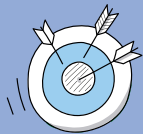
Aktivita č. 3:

Na papieri/flipcharte predtým vznikol chaos. Mám na ňom lepíky aj obrázky. Mám tam poznámky, ktoré sú heslovité a tiež merateľné hodnoty – čas, za ktorý ich chcem dosiahnuť. Pokiaľ budem chcieť, ale reálne postupovať a motivovať sám seba, musím si svoju prácu v čase zaznamenať pohodlnejšie a efektívnejšie. Ako to chcem urobiť? Chcem používať myšlienkovú mapu? Tabuľku? Zoznam? Lepíky? Denník? Digitálne nástroje? Účastníci si zvolia formu vizualizácie a zdieľajú si svoju zvolenú formu s ostatnými účastníkmi. Majú vysvetliť pridanú hodnotu, prečo je to práve pre nich ten najefektívnejší nástroj a forma. Majú tiež vysvetliť, ako často chcú do nej nahliadať a čo všetko si chcú zaznamenávať.

Na konci aktivity dajú účastníci lektorovi spätnú väzbu. V čom bola aktivita dobrá? Čo im pomohla si uvedomiť? Čo bude prvý krok, na ktorom budú pracovať?



Testovanie služby/produktu



Ciele bloku

- stručne vysvetliť, čo je minimálny produkt/služba
- pochopenie dôležitosti rýchleho vytvorenia minimálneho produktu namiesto čakania na vytvorenie ideálneho produktu
- vedieť prijať a spracovať spätnú väzbu pri tvorbe minimálneho produktu
- vedieť popísať deväť základných stavebných kameňov Modelu Business Canvas vo vzťahu k minimálnemu produktu

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa, farebné papiere, biele papiere, fixky, prílohy

Dĺžka v minútach

300 min.

Zhrnutie

1. Vytvor minimálny produkt – 120 min.
2. Pouč sa – 180 min.

Inštrukcie

1. Vytvor minimálny produkt – 120 min.

Pre každého podnikateľa v kultúrno-kreatívnom priemysle je dôležité byť schopný vytvoriť minimálny životaschopný produkt, ktorý vypustí na trh. Veľa mladých tvorcov často uviazne v bode, kedy stále pripravuje, ale nakoniec produkt do sveta nevypustí.

Úvod a reflexia – 30 min.

Aktivita začína reflexiou. Lektor pomocou otázok nasmeruje účastníkov k postoju, že nie je dôležité vyvíjať produkt tajne len podľa vlastných predstáv, ale naopak je potrebné nedokonalý prototyp konzultovať s čo najväčším počtom ľudí a potenciálnych zákazníkov. Lektor rozdá niekoľko fotiek množstva pokusov o stavbu lietadla, ktoré nevzlietli a prerozpráva príbeh o tom, ako vzniklo prvé lietadlo (príloha 1).

<https://cs.puntomarinero.com/the-first-plane-who-invented/>

Otázky pre reflexiu:

- Ako ďaleko podľa vášho odhadu doletelo prvé lietadlo?
- Čo je prototyp?
- Je prvý prototyp vždy dokonalým produktom?

Lektor sa opýta účastníkov, či poznajú nejaký dokonalý produkt, napríklad sladkosť. Keď účastníci spomenú niečo povedomé – napríklad sušienky Oreo, pokračuje:

- Máte všetci radi Oreo?
- Je Oreo dokonalým produktom alebo by ste ho nejako vylepšili? /Pridali krém atď./
- Kto z vás si pravidelne kupuje Oreo?

Na základe odpovedí je zjavné, že účastníci majú iné preferencie a nie všetci môžu byť uspokojení jedným produktom. V tej časti bloku lektor taktiež môže vysvetliť, čo je cieľová skupina.

- Prečo si Oreo kupujete? Na akú potrebu odpovedá Oreo?





Lektor vysvetlí, že každý produkt odpovedá na konkrétnu potrebu zákazníka. Lektor poprosí každého účastníka, aby povedal, prečo si kupuje daný produkt – ako darček mladšiemu súrodencovi ako surovinu do múčnika a pod.

Minimálny produkt – 30 min.

Ďalej lektor predstaví účastníkom aktivitu Minimálny produkt. Na túto aktivitu majú účastníci 30 minút, počas ktorých si každý vytvorí prototyp minimálneho produktu. Tento návrh budú účastníci schopní odprezentovať ostatným po uplynutí času.

Je potrebné splniť 4 body:

- popis produktu – na čo slúži, aký je
- náčrt alebo prototyp – ako bude vyzerať
- komu je určený a na akú potrebu odpovedá – to, čo sme vysvetlili na príklade sladkostí
- cena – koľko stojí produkt

Tieto štyri body naznačí lektor účastníkom na flipcharte, aby mali pokyny pred očami. Všetkým rozdá papiere a písacie potreby.

Predstavenie minimálnych produktov – 60 min.

Účastníci si navzájom predstavia svoje minimálne produkty prostredníctvom prezentácie. Účastníci sa rozdelia do dvoch skupín, kde polovica účastníkov bude svoj projekt ponúkať a polovica ho bude kupovať, dopytovať sa, zaujímať sa o produkt a hodnotiť. Zákazníci produkt vyhodnotia, poskytnú spätnú väzbu. Následne si účastníci vymenia roly. Potom majú všetci účastníci čas na vymyslenie inovácií a rovnakému zákazníkovi vyložia, ako jeho návrh zapracovali. Neskôr ale dostanú ďalších dvoch alebo troch zákazníkov. Noví zákazníci môžu chcieť zase od produktu niečo iné. Tak si tvorca produktu skúša začleňovanie spätnej väzby. Spomenie si aj na porekadlo „Koľko ľudí, toľko chuti“.

2. Pouč sa – 180 min.

V tejto aktivite bude zase každý pracovať na svojom minimálnom produkte, ktorý bude upravovať na základe spätnej väzby, ktorú získal v predchádzajúcej aktivite. Na úpravu bude mať 30 minút. Potom bude mať každý účastník 5 minút na predstavenie upraveného produktu vrátane zmien, ku ktorým došiel vďaka predchádzajúcej spätnej väzbe. Znovu sa bude opakovať aktivita kupujúcich a predávajúcich, aby každý účastník dostal maximálnu spätnú väzbu ku svojmu produktu.

„Ak chcete uspieť, zdvojnásobte počet svojich neúspechov...“ (Thomas Watson Jr., použitie pri reflexii po aktivite)

Business canvas

Ako poslednú aktivitu lektor predstaví jednoduchú tabuľku pre spracovanie Business Canvas Modelu, prostredníctvom ktorej vysvetlí účastníkom, ako navrhnuť biznis model, jeho analýzu a inováciu. Účastníci budú mať 30 minút na vyplnenie deviatich základných stavebných kameňov business modelu. Po vyplnení business modelu jednotlivými účastníkmi bude nasledovať brainstorming skupiny nad jednotlivými segmentmi Business Model Canvasu (viac informácií o modeli je v tabuľke v prílohe 2). Budú prechádzať jednotlivé Business Canvas modely a odpovedať na nasledovné otázky:

- Akú ďalšiu hodnotu vieme uspokojiť produktom/službou?
- Ako zlepšiť vzťahy so zákazníkmi?
- Existujú nejaké ďalšie distribučné kanály?
- Aké ďalšie partnerstvá povedú k inovácii produktu?
- Ďalšou možnosťou je obdobným spôsobom analyzovať biznis modely konkurencie a podobných subjektov a inšpirovať sa na vytvorenie nových nápadov.

REFLEXIA

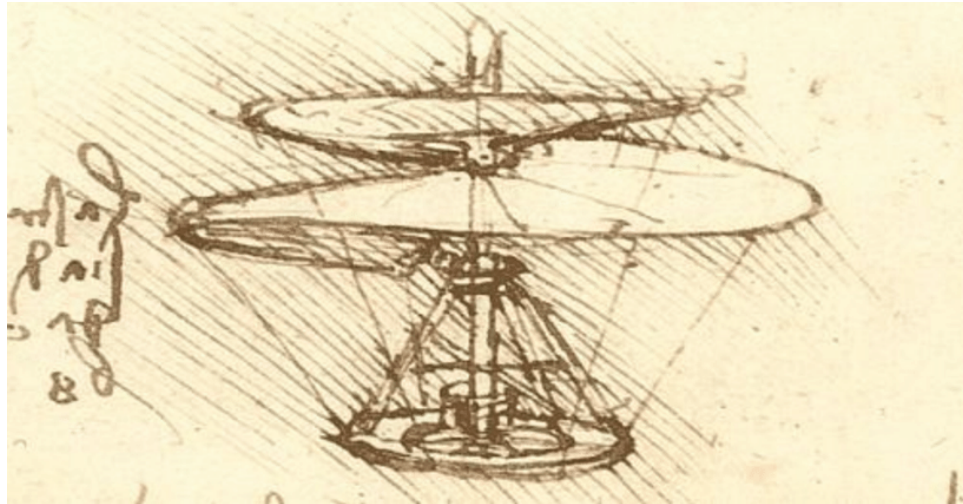
Henry Ford: „Keby som sa ľudí spýtal, čo chcú, povedali by rýchlejšie kone.“ (použitie pri reflexii po aktivite)

Účastníci zhrnú, čo všetko sa naučili o tvorbe minimálneho produktu a v čom naopak stále tápajú a potrebovali by rozšíriť svoje znalosti.



Prílohy

Príloha 1: Prvé lietadlá



Leonardo da Vinci, 1480



Francis Herbert Wenham, 19. storočie



Bratia Wrightovi, 1906

Prílohy



Príloha 2: Model Business Canvas (Pouč sa)

Business Model Canvas vytvoril Alexander Osterwalder a podrobnejšie ho opisuje vo svojej knihe Business Model Generation. V knihe upozorňuje na to, že klasický podnikateľský plán, častokrát vypracovaný v rozsahu niekoľkých desiatkov strán, je nepraktický a zle uchopiteľný. Princíp tohto modelu spočíva v tom, že všetky zásadné informácie o business modeloch sú jasne a stručne zapísané na jednom papieri. To zvyšuje prehľad a zaručuje, že všetci účastníci chápu business model podniku rovnakým spôsobom a rýchlo sa dokážu zorientovať a prispôbiť aj v prípade zmeny. Základnými stavebnými kameňmi obchodného modelu sú:

- **Zákaznícke segmenty** – Zákazníci sú zdrojom príjmu podnikania. Určite, ktorí zákazníci si teraz najčastejšie kupujú vaše produkty. Rozdeľte zákazníkov do skupín, ktoré podrobnejšie popíšete.
- **Poskytovaná hodnota** – Popíšte, aké problémy zákazníka riešite a čo užívaním vášho produktu alebo služby získa. Hodnota produktu uspokojuje potrebu zákazníka.
- **Kľúčové činnosti** – Vymenujte základné činnosti, pomocou ktorých vyrábate výrobky alebo poskytujete služby. Medzi kľúčové činnosti spravidla patrí výroba, realizácia služby, komunikácie alebo koordinácie.
- **Kľúčové zdroje** – Určite, čo všetko potrebujete, aby ste mohli uskutočňovať kľúčové činnosti. Patria sem fyzické zdroje, duševne zdroje, ľudské zdroje a finančne zdroje.
- **Kľúčové partnerstvá** – Pre svoje podnikanie potrebujete ďalšie subjekty. Môžu to byť napríklad dodávatelia alebo iní partneri.
- **Vzťahy so zákazníkmi** – Popíšte, akým spôsobom komunikujete so svojimi zákazníkmi, aby ste s nimi budovali dlhodobé vzťahy.
- **Distribučné kanály** – Určite, akým spôsobom kontaktujete svojho zákazníka a akým spôsobom doručujete svoje výrobky alebo služby.
- **Zdroje príjmu** – Popíšte, ako a za čo konkrétne vaši zákazníci platia. Medzi typické zdroje príjmu patria napríklad platby za využitie služieb, prenájom, predplatné.
- **Štruktúra nákladov** – Napíšte všetky najdôležitejšie náklady, ktoré sú spojené s vašou podnikateľskou činnosťou.

Kľúčové partnerstvá	Kľúčové činnosti	Poskytovaná hodnota	Vzťahy so zákazníkmi	Zákaznícke segmenty
	Kľúčové zdroje		Distribučné kanály	
Štruktúra nákladov			Zdroje príjmov	



Udržateľnosť, kvalita, kreativita a jej rozvoj v podnikaní

Ciele bloku

- charakterizovať životný cyklus podniku, kvalita a udržateľnosť
- identifikovať princípy udržateľného rozvoja a rastu podniku
- klasifikovať najdôležitejšie interné a externé formy na dosiahnutie kvality, pričom bude dodržaný princíp humanistickej ekonomiky
- experimentovať s rozvojom kreativity
- tvoriť nové možnosti použitia výrobkov

Skupina

6 – 20 osôb

Materiál

- flipchartová tabuľa, markery, postity, internet, detská stavebnica, výrobok – podľa výberu (*celokovový vešiak, tehla...), detská stavebnica typu: Seva 5 JUMBO , BricoKids

Dĺžka v minútach

190 min.

Zhrnutie

1. Tvorba myšlienkovkej mapy životného cyklu podniku – 80 min.
2. Proces riadenia kvality v podniku – 70 min.
3. Experimenty kreativity – tvorivá dielňa – 40 min.

Inštrukcie

1. Tvorba myšlienkovkej mapy životného cyklu podniku, princíp udržateľnosti a kvality (brainstorming, myšlienková mapa) – 80 min.

Po úvodom brainstormingu o životnom cykle podniku, udržateľnosti, poskytovaných službách a vyrábaných výrobkoch v súlade s princípom humanistickej ekonomiky (ekonomický princíp, sociálny princíp, environmentálny) a rastu požadovanej kvality, bude úlohou účastníkov vytvoriť myšlienkovú mapu životného cyklu v podniku – “Aké fázy životného cyklu si prešiel Váš podnik? Aké sú naše výrobky/služby? Aký majú dopad na ekológiu a na spoločnosť?”. Účastníci sa rozdelia do menších skupín. Každá skupina dostane papier/blok, na ktorom je vytlačený životný cyklus podniku. Úlohou každej skupiny, bude navrhnuť myšlienkovú mapu životného cyklu podniku s dodržaním princípov udržateľnosti v podniku so zameraním na kvalitu poskytovaných služieb/výrobkov. Lektor stanoví čas, ktorý majú skupiny na riešenie.

Po zapísaní lektor vyzve účastníkov, aby zreflekovali myšlienkové mapy životného cyklu podniku, zhodnotia, v akej fáze sa podnik nachádza, aké výrobky/služby poskytuje, kde by sa s ohľadom na ďalší rozvoj a pri dodržaní princípov EH chceli dostať (zadefinovať: Aký je súčasný stav? Kde sa chceme dostať?) Zhodnotiť, aké reálne kroky vie podnik robiť v internom a externom prostredí na dosahovanie vyššej kvality.

Vedeli ste jednoznačne zakresliť myšlienkovú mapu životného cyklu podniku? Bolo jednoduché navrhnuť v ekonomickej, sociálnej a ekologickej oblasti zmeny pre podnik? Bolo jednoduché pomenovať, kde sa v určitých oblastiach nachádzame a kam chceme smerovať?

Následne lektor vyzve skupiny účastníkov, aby pristúpili k flipchartovej tabuli a predstavili svoje myšlienkové mapy životného cyklu podniku, a tiež pomenovali svoj súčasný stav a kde sa chcú dostať a aké zmeny chcú urobiť pre udržateľnosť a zvyšovanie kvality. Skúsiť zhodnotiť reálnosť zmien k udržateľnosti s ohľadom na ekonomický dopad podniku (príjmy, výdavky), environmentálny dopad, sociálny dopad, dosiahnuteľnosť stanovených cieľov a priorít v podnikaní.





Pred záverom aktivity lektor zhodnotí životný cyklus podniku, udržateľnosť v podnikaní. Vysvetlia sa špecifiká podnikania v kreatívnom a kultúrnom priemysle. Následne účastníci môžu diskutovať o špecifických situáciách v podnikateľskom prostredí, s ktorými sa stretli – príklady dobrej praxe.

Na záver lektor vyzve účastníkov, aby doplnili svoje myšlienkové mapy životného cyklu podniku tak, aby brali do úvahy princípy udržateľného rozvoja podniku.

2. Proces riadenia kvality v podniku (rolová hra, analýza) – 70 min.

Lektor krátko uvedie úlohu, ktorú má pripravenú pre účastníkov – krátky príbeh o podniku, ktorý vyrába istý druh výrobku a chce zvýšiť kvalitu vyrábaných výrobkov.

Lektor pripraví kreatívnu hru. Vyrobí prototyp, ktorý bude slúžiť účastníkom ako vzor, a podľa ktorého budú vyrábať ďalšie kusy výrobku.

- Úlohou všetkých účastníkov bude vyrobiť čo najviac výrobkov podľa vzoru za 5 minút.
- Každý účastník si zapíše počet vyrobených výrobkov.
- Lektor skontroluje kvalitu.
- Zhodnotenie dosiahnutej kvality a vyradenie nepodarkov.

Po dokončení lektor vyzve účastníkov, aby zhodnotili systém práce, dosiahnutú kvalitu a kvantitu (Bolo jednoduché vyrábať výrobok samostatne? Aké prekážky počas výroby nastali, čo všetko ste vo výrobnom procese museli riešiť?).

Všetky podnety lektor zapisuje na flipchartovú tabuľu.

Následne lektor vyzve účastníkov, aby navrhli proces zlepšenia, ktorý by viedol k vyššej kvalite, k zníženiu chybovosti a teda aj k zvýšeniu výnosov. Účastníci dávajú návrhy na zlepšenie a lektor ich zapisuje. Na záver lektor navedie na riešenie a účastníci si vyskúšajú nový spôsob procesu výroby, ktorý zabezpečí zvyšovanie kvality s čo najnižšou námahou.

Napr. účastníci sú rozdelení do skupín (sklad, výroba, kontrolóri kvality), v rámci skupín si účastníci rozdelia úlohy: sklad – (objednávky vstupov, triedenie komponentov, distribúcia do výroby...), výroba – (montovanie komponentov 1, montovanie komponentov 2...), kontrolóri kvality. Účastníci majú opäť rovnaký čas a sledujú koľko výrobkov a v akej kvalite vyrobia.

Pred záverom aktivity lektor zhodnotí proces zvyšovania kvality služieb/výrobkov.

Na záver lektor vyzve účastníkov, aby účastníci doplnili možnosti zvyšovania kvality s orientáciou na potreby zákazníka s dodržaním HE.

3. Experimenty kreativity – tvorivá dielňa – 40 min.

Lektor rozdelí účastníkov do skupín. Skupiny si zvolia meno skupiny. Lektor napíše na flipchartovú tabuľu meno každej skupiny a očísľuje zadané úlohy. Lektor bude postupne zadávať plnenie úloh a na flipchart zapisovať počet kreatívnych riešení skupiny a stopne čas na každú úlohu cca 5 min. Účastníci si zapisujú kreatívne riešenia na papier alebo flipchart.

Kreatívne zadania úloh pre skupiny:

Riaditeľ tehelne (alebo iného výrobného podniku)

Lektor zadá úlohu: predstavte si, že ste riaditeľom tehelne a zistíte, že tehly už nepôjdu na odbyt. Úlohou účastníkov bude vymyslieť čo najviac možností na využitie tehál.

Poznámka:

Miesto tehál môže lektor samozrejme vymyslieť čokoľvek iné, záleží na fantázii, napr. kovový vešiak, noviny alebo iné.

Každá skupina pracuje samostatne a zapíše si svoje riešenia na papier.

Kreatívna abeceda

Lektor vyzve každú skupinu, aby si na papier/flipchart napísali čo najviac pojmov vystihujúcich problém/potrebu, ktorý chcú v súvislosti s podnikaním riešiť. Problém, na ktorom sa všetky skupiny zhodnú, zapíšu na flipchart.

Na papier si každá skupina následne napíše písmená abecedy, ku každému písmenku píše slovné asociácie, ktoré súvisia s riešením daného problému.

Poznámka:

Niektoré písmenká sú zradné a vymyslieť asociáciu je náročné, preto môžeme použiť fantáziu pri písmenkách ako W, X, Y, Q.



Každá skupina pracuje samostatne a zapíše si svoje riešenia na papier.

Po uplynutí času lektor vyzve účastníkov, aby zreflektovali zapísané riešenia z oboch úloh, zhodnotia kreatívne riešenia skupiny. Skupiny pracujú samostatne.

Bolo pre Vás jednoduché vymýšľať nové riešenia, pracovať kreatívne? Čo bolo to, čo ste zvládali s najmenšou ľahkosťou? Bolo jednoduché pracovať v tíme? Čo bolo to, čo tvorilo bariéru, problémovú oblasť?

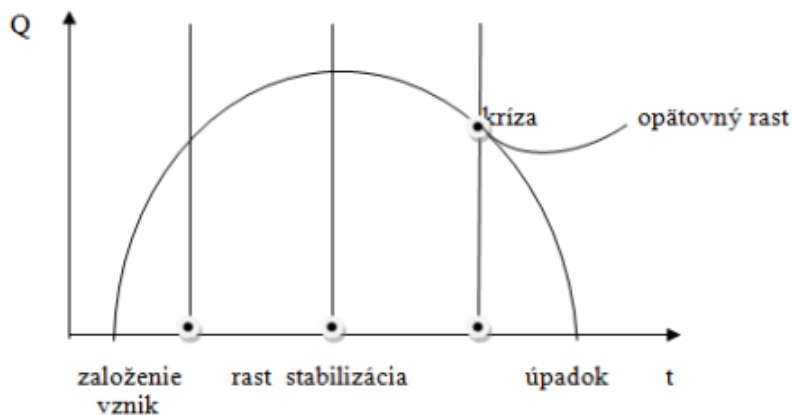
Následne lektor vyzve „zástupcov/managerov“ skupín, aby po jednom pristúpili k flipchartovej tabuli a predstavili kreatívne riešenia problému a zadaných úloh.

Pred záverom aktivity lektor vyhodnotí prácu jednotlivých skupín. Všetci účastníci následne diskutujú a v brainstormingu môžu dospieť k ideálnemu riešeniu problému.

Na záver celého bloku spoločná diskusia a zhrnutie celého bloku, prínosy pre jednotlivca/skupinu. Kde máme ešte otázky? Čo nám prinieslo vzdelávanie?

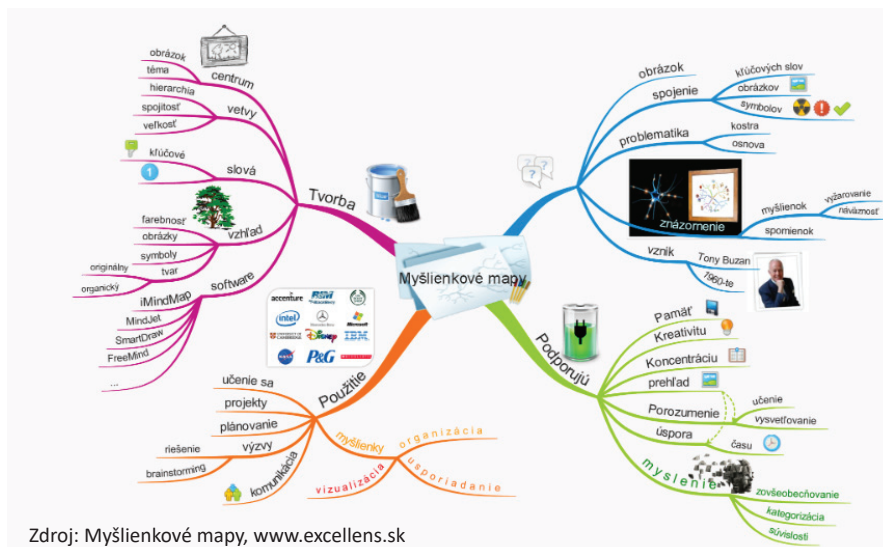
Prílohy

Príloha 1: Fázy životného cyklu podniku



Zdroj: Majdúchová, 2012, s. 62

Príloha 2: Myšlienková mapa



Zdroj: Myšlienkové mapy, www.excellens.sk

Prílohy



Príloha 3: Kreatívna abeceda – tabuľka príklad aktivity

REKLAMA			
A	akcia	N	noviny
B	bohatstvo	O	obchod
C	cena	P	produkt
D	domáci	Q	qualita
E	efektívny	R	rozum
F	fantastická	S	sledovanosť
G	grandiózna	T	televízia
H	hľadanie	U	úspech
I	informácie	V	výnos
J	jednanie	W	wow!!!
K	koľko to bude stáť	X	stred záujmu
L	lokalita	Y	yeah!!!
M	manipulácia	Z	zákazník

Príloha 4: Kreatívna abeceda – tabuľka

REKLAMA			
A		N	
B		O	
C		P	
D		Q	
E		R	
F		S	
G		T	
H		U	
I		V	
J		W	
K		X	
L		Y	
M		Z	



O PROJEKTE

Základná informácia o projekte:

Projekt **OW - Jedna cesta = kultúry + mládeže + kreativity** je realizovaný vďaka podpore programu ERASMUS+ v rokoch 2021 – 2023.

Hlavné problémy a ich príčiny, ktoré rieši projekt:

- Mladí ľudia nemajú vytvorené dobré podmienky na rozvoj kompetencií potrebných k podnikaniu v kultúrnom a kreatívnom priemysle.
- Pracovníci s mládežou nepracujú systematicky na rozvoji mladých ľudí v oblasti kultúry a kreativity.

Identifikované príčiny uvedených problémov:

- Pracovníkom s mládežou chýba metodická podpora pri rozvoji kompetencií mladých ľudí v oblasti kultúry a kreativity.
- Mladým ľuďom chýba metodická podpora v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle.
- Mladým ľuďom so záujmom o kultúru a kreativitu chýba inšpirácia, príklady dobrej praxe a prepojenie na podnikateľov v tomto odvetví.

Ciele projektu:

1. Zvýšiť metodickú podporu pracovníkov s mládežou pre prácu s mladými ľuďmi v oblasti kultúry a kreativity.
2. Zvýšiť metodickú podporu mladých ľudí v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle.
3. Zvýšiť prepojenie a výmenu príkladov dobrej praxe medzi mladými ľuďmi a mladými podnikateľmi v oblasti kultúry a kreativity.

Cieľové skupiny projektu:

Primárnou cieľovou skupinou sú pracovníci s mládežou.

Sekundárnou cieľovou skupinou sú mladí ľudia a umelci z kreatívneho a kultúrneho priemyslu.

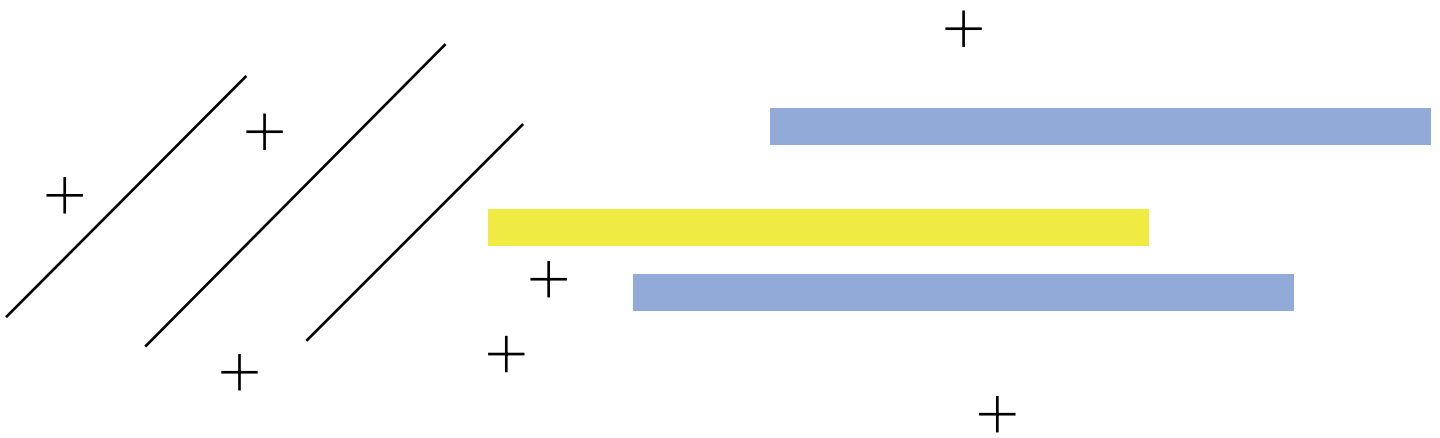
Očakávané výstupy projektu:

1. Správa o vzdelávacích potrebách mladých ľudí v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle
2. Metodika vzdelávania pracovníkov s mládežou v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle
3. Príručka: Podnikanie mladých ľudí v kultúrnom a kreatívnom priemysle
4. Webová platforma príkladov dobrej praxe mladých tvorcov a kreatívco

Súčasťou aktivít projektu sú aj vzdelávacie aktivity: Pilotné školenie pre pracovníkov s mládežou a multiplikačné podujatie – záverečná konferencia.

Dopad výsledkov projektu:

Z dlhodobého hľadiska tieto výsledky prispievajú k zvýšeniu kompetencií mladých ľudí a k ich uplatneniu sa v oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu.



O PROJEKTE

Partnerské organizácie:

Rada mládeže Žilinského kraja (SK)

Centrum pro podporu podnikání a zaměstnanosti (CZ)

FUNDACJA LAJA (PL)

Oravské kultúrne stredisko v Dolnom Kubíne (SK)

Žilinský samosprávny kraj (SK)

PaĽKO - Združenie priateľov ľudovej kultúry Oravy (SK)



O AUTOROCH

Ing. Darina Čierniková

Autorka má dlhoročné skúsenosti s formálnym a neformálnym vzdelávaním. V oblasti neformálneho vzdelávania od roku 2011 je tvorkyňou metodík a garantkou viacerých akreditovaných vzdelávacích programov zameraných na podporu práce s mládežou. Od roku 2003 je lektorkou mladých lídrov a pracovníkov s mládežou. Jej špecifickým vzdelávacím zameraním sú mäkké zručnosti, participácia mladých ľudí a podpora ľudských práv.

Od roku 1995 pôsobila v DOMKE – Združení saleziánskej mládeže, od roku 2002 bola predsedníčkou rady mládeže Žilinského kraja. V roku 2013 sa stala riaditeľkou a projektovou manažérkou Kancelárie projektového riadenia Rady mládeže Žilinského kraja a manažérkou Asociácie krajských rád mládeže. V programoch Erasmus+ pôsobí ako hodnotiteľka žiadostí a manažérka projektov. Má bohaté skúsenosti z tvorby mládežníckej politiky na miestnej, regionálnej a národnej úrovni.

Petr Kantor

Od roku 2003 sa profesionálne venuje lektorskej, koučingovej a poradenskej činnosti pre komerčný sektor, verejnú správu a neziskové organizácie. V oblasti mládeže pôsobí od roku 1996 v Asociácii stredoškolských klubov Českej republiky ako realizátor podujatí pre neorganizovanú mládež. Od roku 2005 pôsobí v Petrklíč help, ako networker podporujúci rast jednotlivcov a firiem a od roku 2013 v Asociácii neformálneho vzdelávania, ako propagátor neformálneho vzdelávania, ktoré vníma ako príležitosť učiť sa dobrovoľne, zámerne a zo skúsenosti.

Je autorom niekoľkých vysokoškolských skrípt o krízovej komunikácii, tímovej práci a teórii hier v pedagogickej praxi. Stál pri zrode viacerých neziskových organizácií v Českej republike, Poľsku a Belgicku.

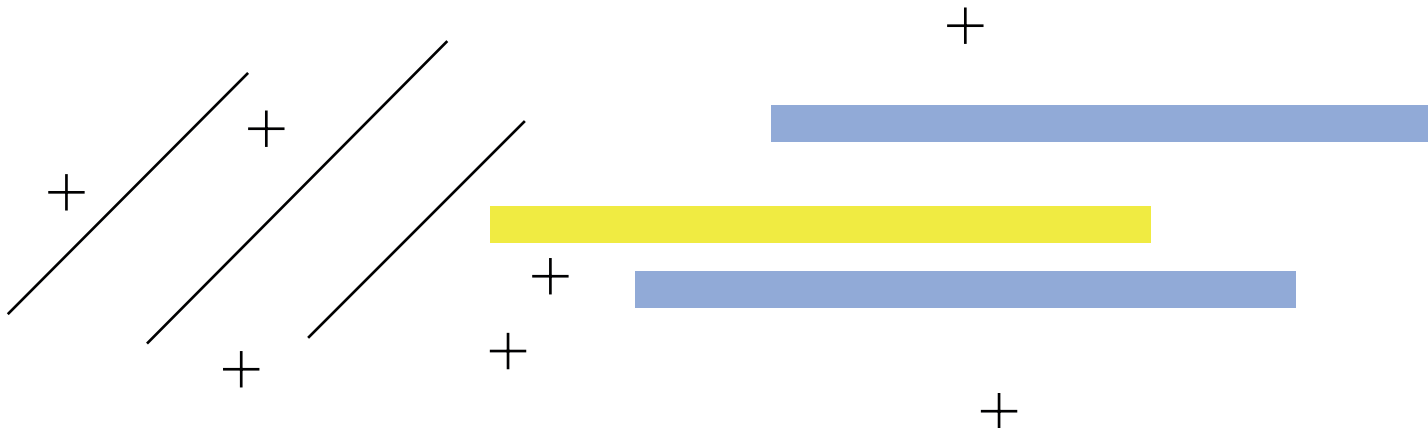
Zuzana Palová

Počas svojej profesionálnej kariéry získala autorka skúsenosti v oblasti sociálneho podnikania, riadenia mimovládnych neziskových organizácií, formálneho a neformálneho vzdelávania a zakladania spoločensky zodpovedných podnikov. V súčasnosti je riaditeľkou Centra pre podporu podnikania a zamestnanosti, neziskovej organizácie, ktorá pomáha podnikateľom v Moravsko-sliezskom kraji. Podieľa sa aj na výučbe viacerých predmetov na Sliezskej univerzite v Opave, kde tiež publikuje vedecké práce o sociálnych inováciách a sociálnych podnikoch.

PhDr. Veronika Vasilová, PhD.

Je odborníčka v oblasti celoživotného vzdelávania, riadiaci pracovník v oblasti vzdelávania v Národnom osvetovom centre. Má viac ako 15 ročné skúsenosti v oblasti kultúrno-osvetovej činnosti a s realizovaním aktivít v oblasti odborného vzdelávania (zameraných na rozvoj manažérskych, sociálnych zručností a iné) pracovníkov v oblasti kultúry, ako aj pre pracovníkov knižníc. V Národnom osvetovom centre sa podieľala na realizácii aktivít v období 2017 – 2020 zameraných na podporu prístupu kultúry pre znevýhodnené skupiny obyvateľstva, podporu ľudských práv a občianskeho aktivizmu. Je členkou Výkonného výboru Asociácie inštitúcií vzdelávania dospelých a členkou Správnej rady Asociácie kultúrno-osvetových inštitúcií. Participovala v medzinárodnom projekte o uznávaní kompetencií z neformálneho vzdelávania (2007 – 2009) a v oblasti vekového manažmentu v projekte Age Management Uptake 2017 – 2020.

Má skúsenosti ako odborná hodnotiteľka projektov v oblasti kultúry (Úrad vlády 2014 – 2016) a kultúrneho a kreatívneho priemyslu (MK SR 2018 – 2019) a projektová manažérka projektov podporených Fondom na podporu umenia Rozvoj zručností – úspech pracovníkov v kultúre (2019) a Odborné zručnosti – cesta rozvoja v kultúre (2020). Od roku 2020 je členkou Sektorovej rady pre kultúru a vydava-



O AUTOROCH

telstvo, taktiež certifikovanou lektorkou programu Profesná seniorita – Towards succesful SeniorityTm. Je spoluautorkou a zostavovateľkou publikácie Rozvoj zručností v kultúre ako cesta k úspechu (ISBN 978-80-973861-1-5, 74 s.). Od roku 2022 je hodnotiteľkou projektov IROP, Podpora udržateľnosti a odolnosti kultúrnych inštitúcií.

PhDr. Miroslav Žabenský

Má viac ako 25-ročnú prax v oblasti projektového manažmentu, vzdelávania a odbornej publikačnej činnosti a viac ako 30-ročné skúsenosti s profesionálnou prácou v oblasti miestnej a regionálnej kultúry. Pôsobil ako manažér a riaditeľ Oravského kultúrneho strediska. Bol členom odborných komisií a výborov na regionálnej, celoštátnej i medzinárodnej úrovni, od roku 2018 je predsedom Asociácie kultúrno-osvetových inštitúcií. Je odborným hodnotiteľom projektov programu Interreg a IROP. Je autorom mnohých programov a významných kultúrnych a vzdelávacích aktivít na Slovensku i v zahraničí. V oblasti projektovej činnosti pripravil a úspešne zrealizoval do 200 národných i medzinárodných projektov (Program cezhraničnej spolupráce Interreg SK-CZ a SK-PL, EÚ - IROP, Medzinárodný vyšehradský fond, Fond na podporu umenia, MKSR, projekty Stredoeurópskej nadácie, nadácie Centrum súčasného umenia, Nadácie Poštovej banky, Nadácie KIA, Erasmus+ a ďalších). V súčasnosti profesijne pôsobí v oblasti projektového, kultúrneho a event manažmentu i ako lektor v oblasti vzdelávania dospelých.

Mgr. Zuzana Srogončíková Melicharová

Po štúdiu Konzervatória v Žiline (klavír), pokračovala na vysokej škole UP Olomouc odbor muzikológia (Bc.) a odbor pedagogika pre ZUŠ a SŠ klavír. Od vysokoškolských štúdií pôsobí pedagogicky, v súčasnosti na Konzervatóriu Žilina a taktiež koncertne ako korepetítor. Venovala sa tiež manažérskej a projektovej práci v kultúre. Vo svojej profesijnej činnosti sa snaží o podporu, rozvoj a motiváciu mladých talentov.

Mgr. Karina Grobarčíková

Už počas štúdia na strednej a vysokej škole sa angažovala v oblasti neformálneho vzdelávania a rozvíjala sa v tejto oblasti na rôznych kurzoch, ako aj na vysokej škole v odbore Andragogika. Aktuálne od roku 2022 sa stala predsedníčkou Rady mládeže Žilinského kraja a pracuje ako SZČO v oblasti školiacich služieb na témy rozvoja komunikácie, motivácie, tímovej práce, projektového manažmentu, predajných zručností, facilitácie a participácie. Tiež pracuje ako facilitátorka seminárov, workshopov tvorby strategických dokumentov v práci s mládežou, v neposlednom rade v oblasti koordinácie a projektovania aktivít v rámci práce s mládežou v neziskovom sektore na národnej a medzinárodnej úrovni. Pracovné skúsenosti tiež získavala na pozíciách ako pracovník pre implementáciu projektov, školiteľka a metodička vzdelávacích procesov v cestovnom ruchu, tréningový špecialista v medzinárodnej firme a lektora akreditovaných vzdelávaní.

Alina Prochasek

Predsedníčka Poľskej rady mládežníckych organizácií, pedagogička, školiteľka mládeže, koordinátorka projektov, absolventka právnickej vysokej školy, zapojená do mnohých miestnych a medzinárodných projektov. Je držiteľka mnohých certifikátov ako školiteľka neformálneho vzdelávania a koordinátorka projektov, napríklad Erasmus+. Podporuje rozvoj kľúčových kompetencií mladých ľudí organizovaním seminárov pre mladých ľudí. Už niekoľko rokov spolupracuje s mimovládnyimi organizáciami z celého Poľska, pričom kombinuje svoje znalosti práva, ako aj svoje schopnosti koordinátorky a školiteľky. Ako podpredsedníčka vedie Nadácie európskych iniciatív v Sliezske. Doteraz realizovala mnoho mládežníck-



O AUTOROCH

kých projektov v oblasti občianskeho aktivizmu, ľudských práv, ekológie a podnikania. Patrí do skupiny expertov projektu SAD Networking, Aktivizmus a Dialóg, pričom cieľom projektu je nadviazať medzisektorovú spoluprácu. Spolu so školiteľmi mládeže je súčasťou skupiny zážitkového učenia, ktorá spolupracuje s Inštitútom David Columbus v USA. Spolu s partnermi z Číny, Indonézie, Kazachstanu a Kirgizska realizovala projekt zameraný na podnikanie mladých ľudí, v rámci ktorého mala možnosť pracovať s mládežou z týchto krajín. O svoje skúsenosti a praktické poznatky sa delí s mladými ľuďmi z rôznych krajín. Od roku 2021 je predsedníčka Poľskej rady mládežníckych organizácií – najväčšej federácie mládežníckych organizácií v Poľsku a členka Národnej rady pre rozvoj, Rady pre záležitosti mládeže pri prezidentovi Poľska Andrzejovi Dudovi.

Ing. Martina Gajdárová

Venuje sa oblasti školstva, mládeži, športu a budovaniu kultúry, klímy a mapovaniu potrieb v školskej komunite pre stredné školy v Žilinskom kraji. Vyštudovala Ekonomickú univerzitu v Bratislave, fakultu Podnikového manažmentu. Od detstva i popri štúdiu na VŠ sa zaujímal o kultúru, tancovala a reprezentovala Slovensko v latinskoamerických tancoch, neskôr sa venovala tancu s deťmi. Pracovala v ULÚVE, kde mala možnosť spoznať majstrov ľudového umenia a na Ministerstve kultúry SR v Bratislave. Svoje pracovné i umelecké skúsenosti uplatňovala pri práci s deťmi, mládežou vo viacerých občianskych združeniach. V súčasnosti pôsobí na odbore školstva a športu Žilinského samosprávneho kraja a ako učiteľka ekonomických predmetov na strednej škole. Tanec má v srdci a žije ho.

Katarzyna Gattnar

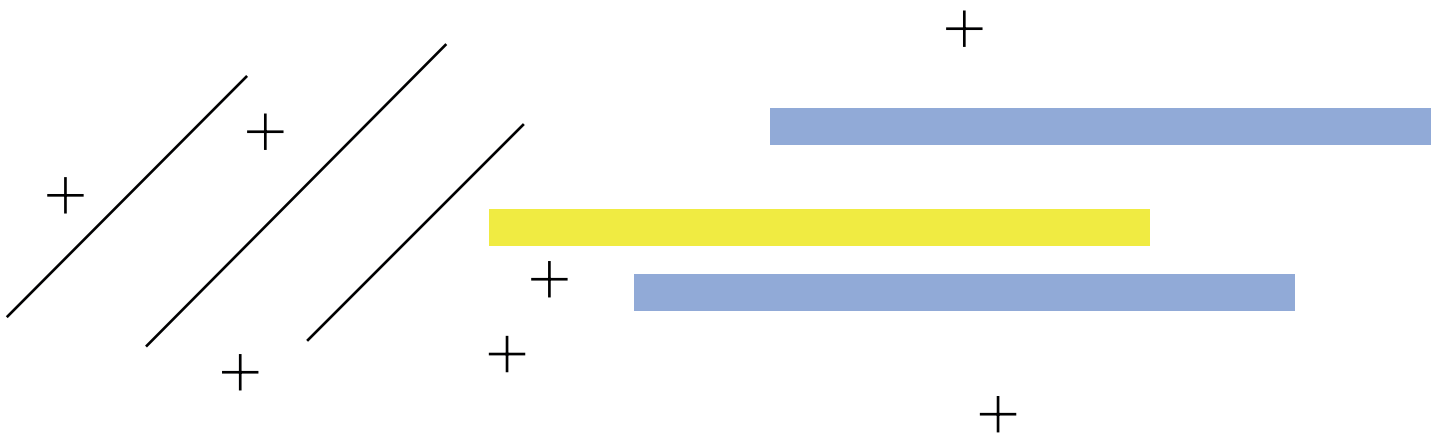
Je lektorkou neformálneho vzdelávania so skúsenosťami v oblasti riadenia projektov, riadenia podujatí a vedenia mládežníckych iniciatív. Medzi jej témy patria mäkké zručnosti, dobrovoľníctvo, tvorivosť a kultúra a environmentálna výchova. Je riaditeľkou neziskovej organizácie Karviná 2000, ktorá podporuje regionálnych umelcov.

Pavel Kantor

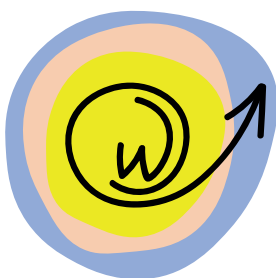
Venuje sa rozvoju technických zručností mládeže a dospelých. Pomáha tiež mladým podnikateľom pri rozvoji ich podnikania na svojej platforme elektronického obchodu a prevádzkuje aj elektronický obchod so zdravou výživou, ktorý slúži ako vzdelávacia platforma.

Martyna Jaros

Je vyštudovaná odborníčka na verejné zdravie, predsedníčka Asociácie Združenia pre podporu zdravia a prevenciu "HOPP". Ďalej je koordinátorkou mnohých medzinárodných projektov v oblasti zdravia a tiež je koordinátorkou mnohých medzinárodných projektov, či už v rámci výmen mládeže, školení alebo projektov strategického partnerstva zameraných na tvorbu metód zdravotnej výchovy pre mladých ľudí. Denne propaguje myšlienku neformálneho vzdelávania a verí, že jeho prostredníctvom môžeme natrvalo zmeniť naše postoje. Je autorkou mnohých vedeckých publikácií, elektronických kníh a materiálov pre e-learningové kurzy, infografiky a multimediálne prezentácie.



O LOGU PROJEKTU ONE WAY



Logo predstavuje grafickú podobu názvu projektu. Je základným prvkom jednotného vizuálneho štýlu a identifikátorom projektu.

Návrh loga ONE WAY vychádzal zo základného cieľa projektu – prepojenia subjektov: mládež + pracovníci + podnikatelia. Tri subjekty sú zastúpené tromi farbami (tri subjekty = 3 farebné vrstvy: pastelová modrá – pastelová oranžová – sýta žltá).

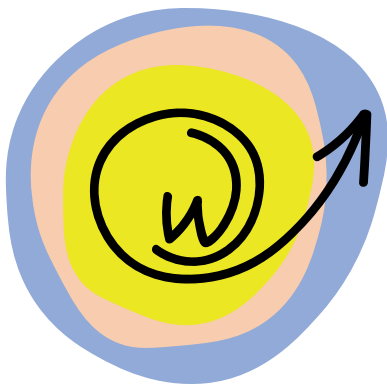
Pastelové veselé farby predstavujú obdobie mladosti a prvých začiatkov. Modrá a oranžová zastupujú mládež a jej prvé kroky k nadviazaniu profesionálnej spolupráce (vytváranie vzájomných vzťahov).

V epicentre diania sú poznatky, ktoré mládeži pomáhajú rozvíjať spomenuté dva subjekty, sú stredom, základom, z ktorého mladí môžu vychádzať, na ktorom môžu naplno rozvíjať svoje schopnosti.

Všetky tri subjekty vytvoria na začiatku cestu – WAY v tvare O – ONE, pretože smer majú jasný. Zároveň ONE môže byť chápané aj ako OWN, teda vlastná edinečná cesta, pričom jej smerovanie (šípka) môže prejsť až za bublinu poznatkov (= kreativita).

Logo má aj ďalšie vyjadrenie významu: slimačí domček, ktorý navodzuje pocit bezpečia „domova“ (pomoc pracovníkov a podnikateľov), pokrútená šípka = je náročné pre mladých sa presadiť, hoci svoje smerovanie majú jasné.

Autorka originálneho loga projektu je Dana Mlynarčíková.



ARTYB

Metodika vzdelávania pracovníkov
s mládežou v oblasti podnikania
v kultúrnom a kreatívnom priemysle

ARTYB – metodika vzdelávania pracovníkov s mládežou v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle vznikla v rámci projektu „Jedna cesta = kultúry + mládeže + kreativity“ podporeného z programu Erasmus + KA2 strategické partnerstva. Samotný názov ARTYB nesie v sebe skratky ART – umenie, Y – youth – mládež, B – business – podnikanie.

Obsah metodiky vychádza zo Správy o vzdelávacích potrebách mladých ľudí v oblasti podnikania v kultúrnom a kreatívnom priemysle, ktorá bola vypracovaná na základe prieskumu potrieb v zapojených krajinách: Slovensko, Česká republika a Poľsko.

V tejto publikácii nájdete 32 samostatných vzdelávacích blokov s prílohami. Na tvorbe blokov sa podieľalo 11 odborníkov na neformálne vzdelávanie a prácu v kultúrnom a kreatívnom priemysle zo Slovenska, Českej republiky a Poľska. Vzdelávacie bloky boli overené na dvoch pilotných vzdelávaniach v Kroměříži a v Katowiciach, na ktorých sa zúčastnilo 22 pracovníkov s mládežou.

