



AKADEMIA
MŁODEGO SAMORZĄDOWCA

PODRĘCZNIK

DLA SZKOLENIOWCÓW
I EDUKATORÓW



**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Rządowy Program
Fundusz Młodzieżowy
na lata 2022–2033
**Fundusz
Młodzieżowy**



**INSTYTUT
INICJATYW
LOKALNYCH**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO

W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ MŁODZIEŻOWY NA LATA 2022–2033

WSTĘP



Niniejszy podręcznik został opracowany w celach wspomagania szkoleniowców i edukatorów zajmujących się upowszechnianiem idei samorządności, partycypacji społecznej i społecznikostwa. To efekt pracy w ramach projektu **“Akademia Młodego Samorządowca”** realizowanego przez **Fundację Instytut Inicjatyw Lokalnych im. prof. Waleriana Pańki** w Katowicach w ramach programu Fundusz Młodzieżowy na lata 2022-2023 finansowanego przez Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego.

Podręcznik jest materiałem instruktażowym przeznaczonym do nieodpłatnego użytku przez szkoleniowców i edukatorów. Powstał z troski o dzielenie się know-how w edukacji pozaformalnej prowadzonej przez organizacje pozarządowe, jednak z powodzeniem może być wykorzystywany przez nauczycieli. Intencją Autorów jest traktowanie go jako trzyczęściowego poradnika, który kompleksowo przeprowadzają osobę korzystającą przez proces zaplanowania i realizacji zajęć z młodzieżą.

Publikacja składa się z trzech rozdziałów:

Rozdział 1. Cele, metody i efekty kształcenia

w którym omówione zostają kolejno specyfika kursu, jego grupa docelowa, a także tytułowe cele, metody i efekty kształcenia,

Rozdział 2. Rekomendacje do pomiaru efektywności zajęć

poświęcony ilościowym sposobom pomiaru efektywności przeprowadzonych warsztatów,

Rozdział 3. Przykładowe scenariusze warsztatów

zawierający program sześciu zajęć. Pozostałe materiały wykorzystane w ramach projektu dostępne są na podstronie projektu: www.instytutpanki.pl/akademia-mlodego-samorzadowca.

Życzymy owocnego korzystania z podręcznika!
Autorki

Opracowanie merytoryczne (wstęp, roz. 1 i 2): Klaudia Żubryk
Opracowanie scenariuszy warsztatów: Agata Sosna
Opracowanie graficzne: Klaudia Żubryk

ROZDZIAŁ 1



CELE, EFEKTY I METODY KSZTAŁCENIA

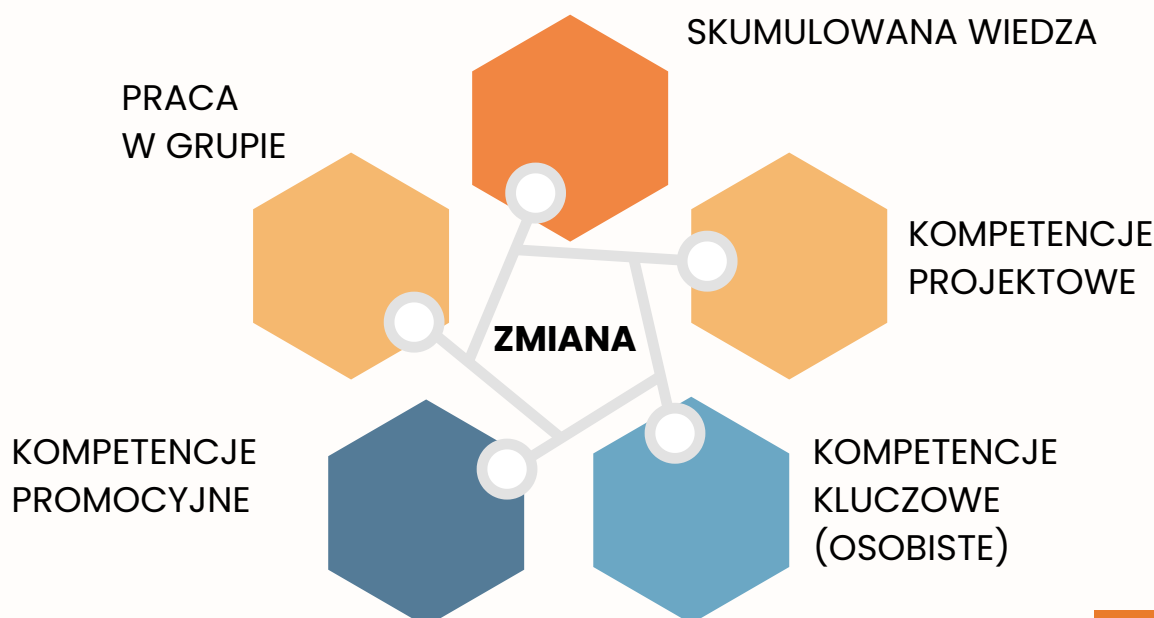
Opracowanie: Klaudia Żubryk

SPECYFIKA WARSZTATÓW

Celem projektu jest pobudzanie wśród młodzieży sprawczości nie tylko poprzez upowszechnianie wśród młodzieży idei samorządności, ale również poprzez dostarczenie użytecznych narzędzi i wypracowanie użytecznych kompetencji, które przysłużą się do budowania realnej zmiany w najbliższym otoczeniu. Stąd też proponowany kurs składa się z cyklu sześciu warsztatów.

1. Partycypacja społeczna, samorządność, czyli o społecznikostwie
2. Tworzenie projektów i pozyskiwanie dotacji
3. Kompetencje kluczowe
4. Praca w grupie i zarządzanie grupą
5. Social media i budowanie marki
6. Relacje w społecznościach

Kompleksowy kurs przeprowadza uczestników przez najważniejsze uwarunkowania polskiej rzeczywistości społecznej umożliwiające uczestnictwo obywateli w kształtowaniu polityki. Następnie dostarczamy kompetencje indywidualnych i grupowych do wypracowywania projektów niosących zmianę. Kolejnym etapem jest nauka promowania tych projektów w mediach społecznościowych, których to budowanie różni się od prowadzenia prywatnych kont. Zwieńczeniem będzie praca nad prototypem projektu odpowiadającym na potrzeby społeczności uczestników.



CELE KSZTAŁCENIA



Udział uczestników w warsztatach wiąże się z globalnymi celami i efektami kształcenia, które następnie szczegółowo rozpisane zostają przy kolejnych scenariuszach warsztatów w Rozdziale 3.

Tabela 1. Cele i efekty kształcenia uzyskane podczas warsztatów.

Cel kształcenia	Efekt kształcenia
Kursant poznaje pojęcie partycypacji społecznej, samorządności, społecznikostwa oraz charakterystykę działań partycypacyjnych w realiach polskich.	Kursant potrafi wskazać narzędzia i formy partycypacji społecznej, a także organizacje umożliwiające działalność samorządową. Potrafi powołać się na odpowiednie akty obowiązującego prawa gwarantujące realizację tych idei w polskim systemie.
Kursant poznaje charakterystykę działań projektowych.	Kursant rozumie, czym różni się bieżąca działalność organizacji od działań projektowych. Potrafi zbudować cel projektu w oparciu o metodykę SMART. Wie, jaka jest specyfika finansowania organizacji trzeciego sektora.
Kursant poznaje kompetencje kluczowe.	Kursant potrafi zidentyfikować kompetencje kluczowe, a także wie, w jaki sposób może je podnieść.
Kursant poznaje zasady pracy w grupie i metody zarządzania pracą grupową.	Kursant potrafi zastosować metodykę pracy grupowej, wskazać cechy i rolę lidera, a także wyjaśnić, dlaczego praca grupowa jest efektywniejsza niż indywidualna.
Kursant poznaje metody promowania projektów w mediach społecznościowych.	Kursant wie, z jakich kanałów społecznościowych warto korzystać w przypadku do promowania projektów i zarządzania marką.



Kursant wykorzystuje narzędzia poznane na pięciu pierwszych warsztatach.

Kursant potrafi w grupie zbudować i zaprezentować prototyp zmiany społecznej odpowiadający na potrzeby jego lub najbliższej mu społeczności.

Źródło: opracowanie własne.

METODY KSZTAŁCENIA

Na początku zajęć proponujemy dyskusję, w której uczestnicy zastanawiają się nad własną definicją partycypacji społecznej. Analizujemy zakres pojęcia i mieszczące się w nim formy działań. Następnie przechodzimy do uniwersalnej definicji ww. pojęcia.

Uczestnicy wypełniają (elektroniczne) ankietę samooceny kompetencji.

ROZDZIAŁ 2

REKOMENDACJA DO POMIARU EFEKTYWNOŚCI ZAJĘĆ

Opracowanie: Klaudia Żubryk

Poniższe elementy są nieobowiązkowe, jednak ich odpowiednie opracowanie i wdrożenie w program warsztatów pozwoli przykładowo:

1. Ocenić efektywność przeprowadzanych zajęć.
2. Ocenić kompetencje wejściowe i wyjściowe osób biorących udział w warsztatach.

Jak i również w przypadku odpowiednio skonstruowanego narzędzia:

3. Zmierzyć odbiór warsztatów.
4. Otrzymać opinię zwrotną o kompetencjach prowadzących.
5. Otrzymać opinię zwrotną o sposobie prowadzenia warsztatów.
6. Otrzymać opinię zwrotną o sposobie organizacji warsztatów.

Badanie składa się z dwóch kwestionariuszy ankiety: jednej przeprowadzanej przed rozpoczęciem warsztatów (ankieta ex-ante) i drugiej przeprowadzonej po zakończeniu całego cyklu (ankieta ex-post).

Każda składa się z dwóch części:

1. Dane metrykalne (płeć, wiek i miejsce zamieszkania).
2. Część właściwa składająca się z zasadniczo dwóch pytań:
 - a. Ocena zgodności jednostki z podanymi stwierdzeniami. Osoba badana ma za zadanie ustosunkować się do twierdzeń oddających kompetencje wypracowywane w ramach cyklu warsztatów.
 - b. Samoocena kompetencji. Osoba badana ma wprost wskazać, jak ocenia swoje kompetencje związane z samorządnością, pracą w grupie i promocją projektów.

Dodatkowo ankieta ex-ante zawiera pytania jednokrotnego wyboru związane z oceną warsztatów.

Dla zbadania miał zastosowano pięciopunktową skalę Likerta. Następnie wyniki dla poszczególnych kompetencji oblicza się z zastosowaniem miar statystycznych: średnia i odchylenie standardowe, by sprawdzić, o ile samoocena kompetencji się zwiększyła i jakie wahania występują w grupie badanej.

ROZDZIAŁ 3

PRZYKŁADOWE SCENARIUSZE WARSZTATÓW

Opracowanie: Agata Sosna



W poniższym rozdziale znajdują się przykładowe scenariusze lekcji, które można wykorzystać w dwojaki sposób: jako inspirację przy planowaniu własnych zajęć lub wraz z pozostałymi materiałami udostępnionymi przez Instytut jako nierozłączną całość. Warsztaty zorganizowane składają się z części wprowadzającej, części właściwej i części ewaluacyjnej, z czego zawierają elementy zarówno obowiązkowe, jak i fakultatywne. Elementy fakultatywne można pomijać lub dodawać je w zależności od wieku i stopnia zaawansowania grupy. Elementy obowiązkowe stanowią natomiast o sensie danych zajęć, dlatego nie rekomendujemy ich drastycznej modyfikacji.

1

PARTYCYPACJA SPOŁECZNA, SAMORZĄDNOŚĆ, CZYLI O SPOŁECZNIKOSTWIE

Tabela X. Cele i efekty kształcenia uzyskane podczas warsztatu 1.

Cel kształcenia	Efekt kształcenia
Kursant poznaje pojęcie partycypacji społecznej.	Kursant potrafi scharakteryzować partycypację społeczną. Podaje jej elementy, rozpoznaje i przytacza jej przykłady z życia.
Kursant poznaje różne formy i instrumenty partycypacji społecznej.	Kursant potrafi rozróżnić formy od instrumentów partycypacji społecznej. Potrafi wymienić ich typy i wskazać przykłady w otaczającym go życiu publicznym.



<p>Kursant poznaje podstawowe regulacje prawne dot. partycypacji społecznej.</p>	<p>Kursant jest w stanie podać zasady demokratycznego państwa prawnego w kontekście zapewnienia możliwości partycypacji społecznej. Potrafi odnaleźć właściwą ustawę, szukając podstawy prawnej do swoich działań społecznych.</p>
<p>Kursant poznaje pojęcie "samorząd".</p>	<p>Kursant potrafi zdefiniować pojęcie, rozpoznać samorząd w otaczającym go świecie. Zna różne rodzaje samorządów, potrafi je samodzielnie wskazać.</p>
<p>Kursant zna różne formy aktywności społecznej.</p>	<p>Kursant jest w stanie samodzielnie znaleźć interesującą go organizację społeczną. Rozpoznaje różne rodzaje organizacji zapewniające możliwość udziału w działaniach społecznych. Jest w stanie wybrać daną organizację w celu zaangażowania się w niej adekwatnie do swoich indywidualnych potrzeb, które rozpoznaje.</p>

Źródło: opracowanie własne.

CZĘŚĆ WPROWADZAJĄCA

Na początku zajęć proponujemy dyskusję, w której uczestnicy zastanawiają się nad własną definicją partycypacji społecznej. Omawiają swoje doświadczenia i wyobrażenia związane z tym tematem. Analizujemy zakres pojęcia i mieszczące się w nim formy działań. Następnie przechodzimy do uniwersalnej definicji ww. pojęcia.



CZĘŚĆ WŁAŚCIWA

W większości składa się z części podawczej z elementami dyskusji otwartej. Poziom interaktywności wykładu dostosowany jest do stopnia zintegrowania i otwartości grupy. Zaleca się jednak, by prowadzący lub prowadząca starali się jak najbardziej aktywizować młodych poprzez zadawanie wskazanych w materiałach pytań - ma moderować naturalną dyskusję. Jego rolą jest przewodzenie w pokazaniu różnorodności możliwości związanych z partycypacją społeczną. We wskazanych zadaniach ma przyjąć rolę facylitatora.

Część fakultatywna

Pytania otwarte do dyskusji:

1. Czym według Was jest partycypacja społeczna?
2. Jakie znacie rodzaje, przykłady, formy partycypacji społecznej?
3. Jakie jest Wasze doświadczenie z aktywnością społeczną? Co Wam sprawia w niej trudności, a co motywuje do działania?

Zadanie:

Wybierz 3 typy organizacji z poprzednich slajdów. Znajdź do każdego z nich po jednej, realnie działającej organizacji, w której chciałbyś/abyś się potencjalnie zaangażować.

Części obowiązkowe:

Zadania:

1. Znajdźcie przynajmniej po jednym realnym przykładzie realnie wykorzystanych instrumentów.
2. Wykonajcie mapę myśli. Napiszcie, co według Was może zachęcać do partycypacji społecznej, a co może od niej odtrącać? Jak zachęcić nieprzekonanych do zaktywizowania się?
3. Zróbcie burzę mózgów. Wypiszcie jak najwięcej wszelkich organizacji, programów, projektów, dzięki którym możecie rozpocząć lub poszerzyć przygodę z aktywnością społeczną. Macie na to 5 min.



Potrzebne materiały: markery, bryistol/tablica do burzy mózgów.

CZĘŚĆ EWALUACYJNA

Prowadzący inicjuje autorefleksję uczestników, która ma się opierać na omówieniu poniższych pytań:

Na ile dzięki warsztatom...:

- potrafię zdefiniować, czym jest "partycypacja społeczna"?
- potrafię wymienić co najmniej po 2 formy partycypacji społecznej?
- potrafię wymienić co najmniej po 2 instrumenty partycypacji społecznej?
- znam podstawy prawne dot. partycypacji społecznej?
- potrafię zdefiniować, czym jest samorząd?
- potrafię podać co najmniej 5 przykładów samorządów?

znam różne formy aktywności społecznej?

Na prezentacji pojawiają się poszczególne kompetencje, które mieli osiągnąć uczestnicy. W zależności od potrzeb grupy - każdy z jej członków może po prostu wyrazić swoje zdanie bez wdawania się w dyskusję, czy rozwinął wskazaną kompetencję, a jeżeli dynamika grupy na to pozwoli - grupa wymieni się swoimi poglądami na ww. wskazany temat i zastanowi się, co wpłynęło na ich opinię nt. stopnia rozwoju ich kompetencji.

PREZENTACJA



2

TWORZENIE PROJEKTÓW I POZYSKIWANIE DOTACJI



Tabela X. Cele i efekty kształcenia uzyskane podczas warsztatu 2.

Cel kształcenia	Efekt kształcenia
Kursant poznaje pojęcie projektu.	Kursant potrafi odróżnić stałe działania organizacji od projektu. Podaje samodzielnie przykłady.
Kursant poznaje teorię celu SMART.	Kursant potrafi zastosować cel SMART w planowaniu projektu. Potrafi rozpoznać jego poszczególne elementy. Określa samodzielnie cel SMART w różnych okolicznościach.
Kursant poznaje poszczególne etapy realizacji projektu.	Kursant potrafi scharakteryzować poszczególne etapy projektu, potrafi wymienić związane z nimi czynności i wskazać różnice między nimi. Są to inicjacja, planowanie/przygotowanie, realizacja, podsumowanie/ewaluacja, rozliczenie.
Kursant poznaje różne źródła finansowania projektu.	Kursant potrafi scharakteryzować: "dotacje", "działalność", "darowizny" w kontekście finansowania projektu.
Kursant poznaje różne źródła finansowania organizacji pozarządowych.	Kursant potrafi samodzielnie rozpoznać różne rodzaje finansowań NGO w praktyce.



Kursant poznaje charakterystykę wybranego wniosku o grant.

Kursant wykonuje szkic wniosku o minigranty z FIO. Potrafi odpowiedzieć na jego specyficzne wymogi. Określa kluczowe informacje dla grantodawcy.

Źródło: opracowanie własne.

CZĘŚĆ WPROWADZAJĄCA

Na początku prowadzący pyta uczestników, czym według nich jest projekt. Po krótkiej dyskusji kursanci zostają zapoznani z definicją tego pojęcia i wstępną charakterystyką.

CZĘŚĆ WŁAŚCIWA

Prowadzący zapoznaje uczestników z informacjami dot. projektów, ich celowości, a także form i źródeł finansowania organizacji pozarządowych oraz projektów. Zadaniem prowadzącego jest podanie jak największej ilości konkretnych wskazówek i przykładów dot. pozyskiwania dofinansowania projektu, a także dot. przebiegu poszczególnych etapów jego realizacji, z zachowaniem adekwatności do dynamiki i poziomu kompetencji grupy.

W pierwszej części zajęć ma przyjąć rolę eksperta i ewentualnie moderatora dyskusji, gdyby takowa zaistniała. W drugiej części zajęć (około 20 min.) zadaniem uczestników będzie przygotowanie szkicu wybranych pól wniosku o dofinansowanie z FIO. W tym celu, prowadzący dzieli ich na grupy. Każda grupa wymyśla swój projekt społeczny na potrzebę wypełnienia wniosku. Uczestnicy mają się tu skupić przede wszystkim na określeniu głównych punktów które powinny zawierać poszczególne pola. Po wykonaniu zadania następuje jego omówienie.

Część teoretyczna - obligatoryjna:

Omówienie zagadnień dot.: pojęcia projektu, prawidłowego ukierunkowania celu projektu społecznego, celu SMART, elementów projektu, project timeline, istoty terminów w procesie realizacji projektu, pojęcia budżetu, możliwości finansowania projektu, źródła finansowania organizacji pozarządowych.



Część fakultatywna - pytania.

Uczestnicy porównują typy organizacji, pod kątem prawdopodobieństwa, która z nich będzie lepiej odebrana przez osoby rozpatrujące wnioski dot. dofinansowania.

Część obligatoryjna - zadanie.

Przygotowanie wstępnego szkicu wniosku o dofinansowanie projektu w ramach FIO, zgodnie z instrukcją opartej na teorii przedstawionej w pierwszej fazie szkolenia.

CZĘŚĆ EWALUACYJNA

Prowadzący inicjuje autorefleksję uczestników, która ma się opierać na omówieniu poniższych pytań:

Na ile dzięki warsztatom...:

- potrafię odróżnić stałe działania organizacji od projektu?
- znam i potrafię zastosować cel SMART?
- potrafię wymienić etapy realizacji projektu?
- potrafię wskazać różne źródła finansowania projektu?
- potrafię wskazać różne źródła finansowania organizacji pozarządowej?
- potrafię wypełnić wniosek o grant tak, aby wniosek okazał się skuteczny?

Na prezentacji pojawiają się poszczególne kompetencje, które mieli osiągnąć uczestnicy. W zależności od potrzeb grupy - każdy z jej członków może po prostu wyrazić swoje zdanie bez wdawania się w dyskusję, czy rozwinął wskazaną kompetencję, a jeżeli dynamika grupy na to pozwoli - grupa wymieni się swoimi poglądami na ww. wskazany temat i zastanowi się, co wpłynęło na ich opinię nt. stopnia rozwoju ich kompetencji.

PREZENTACJA



3

KOMPETENCJE KLUCZOWE



Tabela X. Cele i efekty kształcenia uzyskane podczas warsztatu 3..

Cel kształcenia	Efekt kształcenia
Kursant poznaje pojęcie kompetencji kluczowych i ich charakterystykę.	Kursant potrafi scharakteryzować poszczególne kompetencje społeczne. Potrafi określić, czy stosuje je samodzielnie w swoim codziennym życiu.
Kursant poznaje przeszkody w rozwoju kompetencji kluczowych.	Kursant potrafi wskazać ogólne przeszkody, które mogą wystąpić podczas rozwijania tych kompetencji. Potrafi również wskazać, kiedy sam/sama miał/miała trudności w zdobywaniu tych kompetencji. Rozwija swoją zdolność do autorefleksji.
Kursant poznaje metody pracy nad kompetencjami kluczowymi.	Kursant za pomocą Indywidualnej Ścieżki Rozwoju rozpisuje własny plan dbałości o poszczególne kompetencje kluczowe. Potrafi ocenić ich wartość w kontekście własnych planów rozwojowych.
Kursant poznaje metody pracy nad kompetencjami kluczowymi.	Kursant ma opracować własny sposób na ćwiczenie wskazanej kompetencji kluczowej w taki sposób, aby inna osoba realnie miała szansę się rozwinąć w tym kierunku.

Źródło: opracowanie własne.



CZĘŚĆ EWALUACYJNA

Prowadzący inicjuje autorefleksję uczestników, która ma się opierać na omówieniu poniższych pytań:

Na ile dzięki warsztatom...:

- potrafię scharakteryzować poszczególne kompetencje społeczne; rozpoznaje ich rozwój u siebie?
- potrafię wskazać ogólne przeszkody, które mogą wystąpić podczas rozwijania kompetencji kluczowych, a także podać swój własny przykład w tej kwestii?
- potrafię ocenić wartość kompetencji kluczowych w moim własnym, indywidualnym planie rozwoju?

potrafię zaproponować metodę rozwoju wybranej kompetencji kluczowej w taki sposób, aby ktoś inny mógł z tego swobodnie skorzystać?

Na prezentacji pojawiają się poszczególne kompetencje, które mieli osiągnąć uczestnicy. W zależności od potrzeb grupy - każdy z jej członków może po prostu wyrazić swoje zdanie bez wdawania się w dyskusję, czy rozwinął wskazaną kompetencję, a jeżeli dynamika grupy na to pozwoli - grupa wymieni się swoimi poglądami na ww. wskazany temat i zastanowi się, co wpłynęło na ich opinię nt. stopnia rozwoju ich kompetencji.

PREZENTACJA

SCAN
ME





4

PRACA W GRUPIE I ZARZĄDZANIE GRUPĄ

Współcześnie mierzymy się z ogromnym wyzwaniem **indywidualizmu** wśród młodzieży. Dlatego w ramach warsztatu przeprowadzimy szkolenie dotyczące **pracy w grupie**, wskażemy, że ten model pracy jest **najwydajniejszy i pozwala młodym na osiągnięcie jak największej liczby celów** w krótkim horyzoncie czasowym. Wskażemy młodym podstawy zarządzania projektami i zespołem, tak aby w jak najlepszy sposób mogli oni kierować swoimi przedsięwzięciami i inicjatywami.

Tabela X. Cele i efekty kształcenia uzyskane podczas warsztatu 4.

Cel kształcenia	Efekt kształcenia
Kursant opanuje podstawowe umiejętności retoryczne.	Kursant potrafi trafnie wyrazić swój pogląd.
Kursant poznaje zasady efektywnej pracy w grupie.	Kursant potrafi odnaleźć się w grupie i zrealizować przypisane mu zadania.
Kursant uczy się rywalizować zgodnie z zasadami etyki.	Kursant potrafi rywalizować zgodnie z zasadami etyki.
Kursant poznaje zasady debatowania w stylu oksfordzkim.	Kursant potrafi debatować w stylu oksfordzkim

Źródło: opracowanie własne.



CZĘŚĆ WPROWADZAJĄCA

Uczestnicy zostają podzieleni na czteroosobowe grupy robocze. W dalszej części warsztatu będą to również drużyny debatanckie.

CZĘŚĆ WŁAŚCIWA

1. Część obowiązkowa: prowadząca/prowadzący omawia zasady debatowania w systemie oksfordzkim i tłumaczy uczestnikom role poszczególnych mówców. Omawia, czym jest ad vocem i w jaki sposób można zgłaszać pytania i informacje. Charakteryzuje rolę marszałka i sędziego.
2. Część obowiązkowa: Na podstawie debat oksfordzkich, prowadzący wskazuje na to, jak ważna jest współpraca pomiędzy członkami drużyny, zarówno przed debatą, jak i w trakcie jej trwania. Tłumaczy, w jaki sposób należy zarządzać czasem, ilością materiału i jak podzielić zadania między poszczególnych mówców.
3. Część obowiązkowa: Uczestnicy zostają zaangażowani w ćwiczenia argumentacyjne, które rozwijają ich umiejętności retoryczne.
4. Część obowiązkowa: Rozpoczyna się debata z tezą: "Pracując w zespole, osiągniemy większy sukces niż indywidualnie".

CZĘŚĆ EWALUACYJNA

1. Część obowiązkowa: Prowadzący (sędzia) podaje werdykt debaty, jednocześnie ukazując wnioski, jakie zostały wyciągnięte z warsztatu. Szczegółowo omawia argumenty, które popierają tezę.
2. Część *fakultatywna*: Prowadzący (sędzia) udziela indywidualnej odpowiedzi zwrotnej.



PREZENTACJA



5

SOCIAL MEDIA I BUDOWANIE MARKI

“Wyróżnij się albo zgiń”, taka maksyma dziś stanowi podstawę prowadzenia wszystkich działań marketingowych. W ramach szkolenia chcemy uczestników wyposażyć w **niezbędne wskazówki** i **umiejętności pozwalające im na prowadzenia jak najskuteczniejszych działań marketingowych dla swoich organizacji**. W szczególności chcemy uczulić ich na niezbędne **wartości etyczne**, które zawsze muszą stać u progu prowadzenia takich działań.

Tabela X. Cele i efekty kształcenia uzyskane podczas warsztatu 5.

Cel kształcenia	Efekt kształcenia
Kursant opanuje podstawowe umiejętności perswazyjne.	Kursant potrafi trafnie wyrazić swój pogląd i przekonać do niego odbiorcę.



Kursant poznaje zasady budowy wizerunku.	Kursant potrafi wskazać fundamenty konstrukcji wizerunku marki i zastosować je w praktyce.
Kursant nauczy się tworzyć treści zgodnie z zasadami etyki.	Kursant potrafi tworzyć treści zgodnie z zasadami etyki.

Źródło: opracowanie własne.

CZĘŚĆ WPROWADZAJĄCA

1. Część *fakultatywna*: Prowadzący tłumaczy pojęcie elevator speech jako krótki opis pomysłu, produktu lub firmy, który wyjaśnia koncepcję w taki sposób, aby każdy słuchacz mógł ją zrozumieć w krótkim czasie
2. Część *obowiązkowa*: Trwa otwarta dyskusja, podczas której uczestnicy podają czynniki, które powinna zawierać dobra wypowiedź marketingowa, ukształtowana w formie elevator speech. Powinny zostać wymienione m.in. przedstawienia się lub swojego pomysłu, czy produktu, propozycji dla Twojego rozmówcy, przedstawienia rozwiązania konkretnego problemu oraz danych, które jasno pokażą skuteczność Twojej oferty.

CZĘŚĆ WŁAŚCIWA

Ćwiczenie pierwsze: Uczestnicy zostają podzieleni na dwie grupy. Ich zadaniem jest przekonać prowadzącego do swojego produktu. Produkty obu grup powinny być konkurencyjne i podobne jakościowo (np. sok jabłkowy i pomarańczowy). Prowadzący ma dowolność w doborze tematyki. Najpierw uczestnicy (nie wiedząc o tym, jaki produkt postara się sprzedać grupa opozycyjna), stara się ułożyć maksymalnie trzyminutową argumentację, opartą na wcześniej wymienionych podpunktach dobrego elevator speech. Następnie zaprezentuje swój produkt Prowadzącemu. Analogicznie postąpi drużyna przeciwna. W tym czasie drużyna, która występowała jako pierwsza, przygotowuje kontrargumenty, które będą przemawiały na jej korzyść, względem drużyny przeciwnej. Następnie, druga drużyna ma szansę na obronę. Finalnie, prowadzący podaje werdykt, który uzasadnia.



Część obowiązkowa (teoretyczna) : Prowadzący tłumaczy podstawowe zasady etycznej wypowiedzi, takie jak: szacunek do rozmówcy, kultura słowa, poprawność językowa, wstrzymanie się od ironizowania, wstrzymanie się od argumentów osobistych, nieumniejszanie rozmówcy, dostosowanie języka do sytuacji, przejrzystość wypowiedzi, jednoznaczność wypowiedzi.

Część *fakultatywna*: Prowadzący otwiera dyskusje o osobistych doświadczeniach uczestników. Pyta o wcześniejszą styczność z budową marki i podstawami marketingu.

Część obowiązkowa (teoretyczna + ćwiczenie drugie) - prowadzący omawia fundamentalną technikę budowy strategii marketingowej. Uczestnicy zajęć w formie otwartej dyskusji na bieżąco kreują wizerunek organizacji lub firmy. Prowadzący zapisuje ich propozycje.

1. Określ grupy docelowe i zbadaj konkurencję – zdefiniuj, kim są twoi potencjalni odbiorcy oraz jakie są ich potrzeby. Badanie rynku jest ważne przy budowaniu brandu, ponieważ pomaga zidentyfikować potencjalne zagrożenia i pozwala podejmować trafne decyzje.
2. Zdefiniuj wartości, które reprezentuje marka.
3. Stwórz wizerunek – marka powinna być spójna wizualnie i komunikacyjnie. Wybierz nazwę, logo, kolorystykę, hasło reklamowe i inne elementy identyfikacji wizualnej, które będą stanowić wizerunek Twojej marki.
4. Buduj świadomość marki – promuj swoją markę poprzez różne kanały marketingowe, takie jak reklama w mediach, marketing internetowy, media społecznościowe i inne.
5. Utrzymuj spójność marki – dbaj o spójność i ciągłość wizerunku marki we wszystkich kanałach marketingowych i w każdej interakcji z klientami.
6. Twórz pozytywne doświadczenia dla klientów – skup się na tworzeniu pozytywnych doświadczeń dla Twoich klientów, aby zbudować lojalność wobec Twojej marki.
7. Bądź aktywny na rynku – śledź trendy i nowości na rynku oraz reaguj na zmieniające się potrzeby klientów, aby utrzymać swoją markę w czołówce.
8. Monitoruj wyniki – mierz skuteczność swoich działań i podejmuj działania korygujące w razie potrzeby, aby stale udoskonalać swoją markę.

Część obowiązkowa (teoretyczna) - prowadzący charakteryzuje najpopularniejsze media społecznościowe na świecie: Facebook, Instagram, Youtube, Twitter (X), TikTok.



CZĘŚĆ EWALUACYJNA

1. Prowadzący podsumowuje plan marketingowy wykreowany przez grupę.
2. Prowadzący pozostawia ewaluację samodzielnej refleksji przy wysokim poziomie krytycznego myślenia grupy warsztatowej.

PREZENTACJA



6

BUDOWANIE RELACJI W SPOŁECZNOŚCIACH

warsztat ten będzie stanowił podsumowanie wcześniejszych szkoleń, w ramach niego każda z grup szkoleniowych zaprezentuje prototyp zmiany społecznej, którą będzie chciała wdrożyć w swojej społeczności. Warsztat ten będzie również stanowić możliwość nawiązania relacji z pozostałymi partnerami, w celu wdrożenia owej zmiany.



NIEZBĘDNE INFORMACJE

Prowadzący szkolenie poznaje zarys projektu poszczególnych grup (w symulacji będą to komisje). Następnie dobiera odpowiednią nazwę komisji, zgodnie z charakterem działań, jakie chce podjąć grupa. Zostaje również wyznaczony jej przewodniczący, który będzie przemawiał w jej imieniu. Następnie rozpoczyna się symulacja zgodnie z porządkiem obrad. W rolę przewodniczącego wciela się prowadzący warsztaty.

Legenda:

1. Rola: Radny/Przewodniczący komisji
2. Przynależność do komisji: charakter komisji
3. Przebieg: wg standardowego porządku obrad MSWŚ

PRZEBIEG WARSZTATU

Część obowiązkowa: Podzieleni na grupy uczestnicy przygotowują projekt wg wyznaczonych przez prowadzącego kryteriów, z którymi zapoznali się na wcześniejszych warsztatach.

Część obowiązkowa: Rozpoczyna się etap *role play*. Uczestnicy wcielają się w przedstawicieli poszczególnych komisji, a prowadzący jako Przewodniczący rozpoczyna i moderuje obrady.

Część obowiązkowa: Każda z komisji prezentuje swój projekt. Następnie przez kilka minut inni radni komentują pomysł.

Część *fakultatywna*: po przedstawieniu wszystkich projektów Przewodniczący może wyznaczyć czas na wolne wnioski.

PREZENTACJA





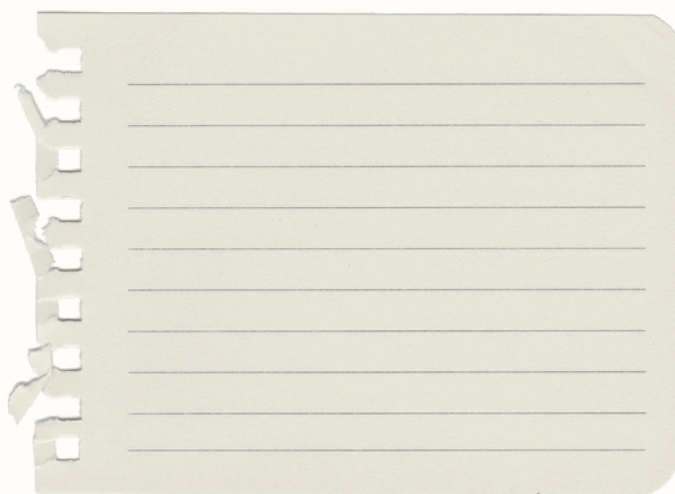
3

INDYWIDUALNA KARTA ROZWOJU KOMPETENCJI

Jak chcesz w najbliższym czasie rozwijać swoje kompetencje kluczowe?

Kompetencja kluczowa	Jak chcę ją rozwijać?	Co mi to da w przyszłości?
kompetencje społeczne		
kompetencje obywatelskie		
inicjatywność i przedsiębiorczość		
świadomość i ekspresja kulturalna		

MOJE NOTATKI:



Opracowanie: Klaudia Żubryk



**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**



Rządowy Program
Fundusz Młodzieżowy
na lata 2022-2033
**Fundusz
Młodzieżowy**

