

Szkolenie stacjonarne w ramach projektu “Społeczny navigator”

Założenia organizacyjne:

2 dni (8 godzin szkoleniowych dziennie) z przerwą obiadową i dwoma przerwami kawowymi

Przed szkoleniem uczestnicy i uczestniczki wypełniają ankietę potrzeb szkoleniowych, wg której trenerzy dopasowują program i ilość czasu przeznaczoną na poszczególne zagadnienia. Jest to bardzo istotne z uwagi na uwzględnienie specyfiki działalności oraz roli uczestników w organizacjach oraz ograniczony czas.

Link do ankiety: <https://forms.gle/QSRVYwzzVCF8dPf89>

Szkolenie uwzględnia różne formy edukacyjne: wykład, prezentacja, warsztat, ćwiczenia, umożliwia uczestnikom zarówno nabycie nowej wiedzy merytorycznej, jak i umiejętności, a także inspirowanie się nawzajem, dzielenie się pomysłami i doświadczeniem podczas dyskusji.

Po szkoleniu uczestnicy otrzymują pakiet materiałów uwzględniający wszystkie poniższe tematy.

Tematy:

1, Jakość produktów i usług społecznych

Uczestnicy nauczą się:

- *poznają, **jak rozumiemy jakość w działalności NGO i jak ją mierzyć,***
- *porozmawiają o **znaczeniu dopasowania usług do rzeczywistych potrzeb odbiorców,***
- *dowiedzą się, **jak skutecznie i efektywnie realizować misję organizacji,***



- nauczą się, **jak opracować analizę potrzeb społecznych** do wniosków grantowych – dlaczego jest tak ważna, jak ją przygotować i **skąd pozyskiwać wiarygodne dane**,
- zrozumieją, **czym różni się działalność NGO w Polsce od działalności firm i przedsiębiorstw**, zwłaszcza w obszarze celów, odpowiedzialności społecznej, sposobów finansowania oraz relacji z odbiorcami.

2. Zwymiarowanie wskaźników pod kątem projektów miękkich

Uczestnicy dowiedzą się, **po co w ogóle są wskaźniki jakości**, jak przekładają się na logikę projektu, jego skuteczność i ocenę merytoryczną.

Uczestnicy nauczą się:

- **jak prawidłowo określać wskaźniki** we wnioskach grantowych (i nie tylko),
- **jak dopasować wskaźniki do rodzaju planowanych działań**, aby odzwierciedlały rzeczywisty wpływ projektu,
- **jak unikać najczęstszych błędów** w formułowaniu wskaźników,
- **jak pozyskiwać dane** do wskaźników ilościowych i jakościowych – zarówno z badań własnych, jak i zewnętrznych źródeł,
- **jak budować spójną logikę wskaźników** w powiązaniu z celami, rezultatami i efektami projektu.

3. Modele organizacji działań i koncepcji projektów - przegląd

Temat obejmuje nowoczesne koncepcje zarządcze, które pokazują, w jaki sposób organizacja może monitorować realizację i jakość swoich działań. W ramach tego modułu prezentowane są cztery modele logiczne i ewaluacyjne, pomagające zrozumieć, skąd wiemy, że działamy adekwatnie, efektywnie i skutecznie.



Uczestnicy poznają i porównują następujące podejścia:

- **LogFrame (Logical Framework Matrix)** – klasyczny model planowania projektów i wskaźników, oparty na logicznych powiązaniach między celami, rezultatami, produktami i działaniami;
- **Teoria Zmiany (Theory of Change)** – podejście koncentrujące się na procesie zmiany społecznej, zakładające analizę przyczyn i skutków oraz definiowanie etapów prowadzących do osiągnięcia efektu;
- **Outcome Harvesting** – metoda „zbierania rezultatów”, użyteczna tam, gdzie zmiana jest złożona i trudna do zaplanowania z góry; skupia się na analizie rzeczywistych efektów i ich przyczyn;
- **SROI (Social Return on Investment)** – model oceny **społecznej wartości zwrotu z inwestycji**, pozwalający oszacować, jakie korzyści społeczne i ekonomiczne generuje projekt lub organizacja w stosunku do poniesionych nakładów.

4. Sposoby współpracy i organizacji działań z partnerami, sojusznikami, grupami interesu.

Kto może nam pomóc? Z kim i w jaki sposób możemy współpracować i współdziałać, by działać adekwatnie skutecznie i efektywnie? Jak wykorzystać synergii, budować partnerstwa, szukać sojuszników, wspólnie docierać do właściwych odbiorców? Temat szczególnie istotny w sytuacji, gdy w szkoleniu biorą udział różne organizacje działające na podobnym obszarze (sieciowanie), czy zajmujące się podobnymi usługami.

Uczestnicy nauczą się:

- czym są **grupy interesu** w działalności społecznej i jak je definiować – kto ma wpływ, kto jest odbiorcą, a kto współtwórcą działań;
- jak analizować **mapę interesariuszy** – rozpoznawać, kto wspiera, kto neutralny, a kto może blokować działania;



5. Budowanie wizerunku własnego organizacji - praktyczne wskazania

Promocja wizerunku oraz działań i projektów organizacji. Praktyczne narzędzia związane z określaniem grupy docelowej, a także sposobów dotarcia, komunikacji z odbiorcami. Efektywne docieranie z odpowiednim przekazem.

Uczestnicy nauczą się:

- *Praktycznych narzędzi związanych z określaniem grupy docelowej, a także sposobów dotarcia i komunikacji z odbiorcami.*
- *Efektywnego docierania z odpowiednim przekazem.*
- *Dodatkowo: budowania tożsamości i wiarygodności organizacji oraz walki ze stereotypami na temat NGO.*
- *Promocji wizerunku oraz działań i projektów organizacji.*
- *Praktycznych narzędzi związanych z określaniem grupy docelowej, a także sposobów dotarcia i komunikacji z odbiorcami.*
- *Efektywnego docierania z odpowiednim przekazem.*
- *Dodatkowo: budowania tożsamości i wiarygodności organizacji oraz walki ze stereotypami na temat NGO.*

6. Efektywna organizacja pracy własnej - techniki

Praktyczne sposoby organizacji pracy własnej, zarządzania czasem zwłaszcza uwzględniając wielość zadań i pełnionych ról. Konkretnie praktyki przydatne dla każdego kto "ma dużo na głowie", a także osób zarządzających zespołem.

Uczestnicy poznają metody:

- *Eisenhowera, ALPEN, Pomodoro oraz narzędzia wspierające planowanie i priorytetyzację zadań.*
- *Dodatkowo: zasady skutecznego zarządzania zadaniami i czasem w zespole.*

7. Metody pomiaru satysfakcji odbiorców i analizy atrakcyjności naszych działań



Uczestnicy dowiedzą się:

- *Jak gromadzić i wykorzystywać dane oraz dokumenty ze zrealizowanych projektów.*
- *Jak i po co mierzyć satysfakcję odbiorców i beneficjentów (ankiety, wywiady, inne narzędzia).*
- *Czym różni się satysfakcja odbiorców od skuteczności realizacji i jak uwzględniać te różnice w projektach zrealizowanych i planowanych.*

Szkolenie stacjonarne jest pierwszym elementem programu dla NGO „Społeczny nawigator”. Kolejnymi są mentoring, doradztwo zarządczo-organizacyjne, doradztwo technologiczno-rozwojowe, webinaria, seminaria branżowe i sektorowe, a także dostęp do narzędzi online.

Zapisy: <https://nawigator.ngo/zgloszenie/>

Kontakt i więcej informacji:

Fundacja Miejsc i Ludzi Aktywnych

nawigator@mila.org.pl, <https://nawigator.ngo/>

Joanna Pająk

Specjalistka ds. edukacji i programu rozwojowego

joanna.pajak@mila.org.pl



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

