

OSNOVY KURZŮ PRO VEDOUCÍ PRACOVNÍKY

(přehled připravovaných kurzů)

**Kurzy jsou organizovány v rámci projektu
„PROFESIONÁL – Podpora rozvoje odborných kompetencí vybraných
skupin pracovníků poskytovatelů sociálních služeb s zaměřením na cílovou
skupinu osob s mentálním postižením“
(CZ.1.04/3.1.03/45.00034)**

Název semináře: **ROZVOJ ORGANIZACE, STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ**

Plánovaný rozsah: 24 hodin (3 dny x 8 hodin)

Lektor: Mgr. Petr Vrzáček

Cílová skupina: vedoucí pracovníci

Strategické řízení (1,5 dne)

V době turbulentních, často se vyskytujících, změn je organizační strategie jedním z mála nástrojů, který umožňuje managementu korigovat organizační stav a výkon. Strategie je však jen jedním z nástrojů strategického řízení. Řídit organizaci v současné době vyžaduje více než jen v pravidelných cyklech vytvářet strategický plán.

Cílem modulu je seznámit účastníky s fázemi strategického řízení a představit jim procesy a nástroje, které přispívají k formulování správné strategie a následně také k její pravidelné aktualizaci.

- fáze řídicího cyklu
- strategie – definice a její význam v životě organizace
- klíčové fáze strategického myšlení
- typy strategií
- organizační poslání
- vize
- analytické práce v rámci strategického plánování
- SWOT, STEEP analýzy
- analýza konkurence a potřeb
- programovací fáze strategického plánování
- implementační a hodnotící fáze strategického řízení, jejich přístupy a smysl

Řízení změny (1,5 dne)

Nejlepší dnešní manažeři mají minimálně jednu společnou dovednost – dokáží úspěšně řídit změnu. Změna a její řízení se ve většině organizací staly každodenní výzvou managementu. Jednoznačně lze říci, že v současné době mají konkurenční výhodu organizace, jejichž managementy umí jednak dostatečně včas příležitost ke změně rozpoznat a také následně dokáží tuto změnu řídit.

Cílem modulu je představit účastníkům současné přístupy k řízení organizační změny, včetně omylů, kterých se managementy nejčastěji dopouští.

- definice změny a její druhy
- metody diagnostiky organizace
- latentní a identifikované organizační potřeby
- proces vyjednávání změny, silové pole
- plánování změny, participativní způsoby
- agent změny a sestavování týmů
- komunikování změny, metody a postupy
- implementování změny
- monitorování průběhu změny
- nejčastější chyby při realizaci organizačních změn dle Kottera

Název semináře: **PR A MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE**

Plánovaný rozsah: 24 hodin (3 dny x 8 hodin)

Lektor: Marek Jehlička, Mgr. Jan Kroupa

Cílová skupina: vedoucí pracovníci

V kurzu se dozvíte všechny potřebné informace k tomu, abyste mohli PR ve vaší organizaci zavést a začít efektivně používat. Po jeho dokončení budete umět svá témata uchopit a podat tak, aby byla pro novináře zajímavá a budete disponovat nástroji potřebnými k jejich šíření. Celý kurz je zaměřen velmi prakticky nejen co se týče mediálních a komunikačních nástrojů, ale jeho účastníci jsou vedeni i k osvojení praktických dovedností jako je umění napsat atraktivní tiskovou zprávu či vést tiskovou konferenci. Získáte všechny potřebné znalosti a dovednosti, které ke své práci potřebuje profesionální tiskový mluvčí. Porozumíte světu médií tak, abyste je dokázali využívat, budovat a vylepšovat vlastní mediální obraz, komunikovat své úspěchy a cíle své práce a zároveň uměli předcházet nedorozuměním a „špatným článkům“.

Lektoři

Marek Jehlička

Bývalý novinář a komentátor (Lidové noviny, 24 hodin), majitel PR agentury Media Plus, tiskový mluvčí sdružení Arnika, poradce poslaneckého klubu Strany zelených; dnes tiskový mluvčí a ředitel Změňpolitiku.cz, konzultant a lektor PR, člen týmu Českého centra fundraisingu (www.fundraising.cz)

Mgr. Jan Kroupa

Konzultant, lektor a analytik řízení a vedení neziskových organizací ve více než 10 zemích světa, člen týmu Českého centra fundraisingu (www.fundraising.cz)

Den 1: Media relations

- Seznámení s obsahem a průběhem kurzu
- Uvedení účastníků do problematiky PR
- PR ve struktuře organizace, náplň práce tiskové/ho mluvčí
- Vztahy s novináři, jak je budovat, jak novináři pracují a jak s nimi komunikovat
- Jak prodat své téma aneb která témata kam nabízet
- Význam marketingu, reklamy a PR aneb přínosy PR pro organizaci; využití multimédií (prezentace)
- Typy médií a tvorba mediální databáze
- Tvorba mediálního plánu na jeden rok
- Mediální plánování akce (benefiční koncert, den otevřených dveří...) – workshop, prezentace a zpětná vazba
- Zadání úkolů na období mezi semináři.

Den 2: Mediální dovednosti

- Jak nejlíp uchopit téma a napsat dobrou tiskovou zprávu
- Kdy, komu a jak poslat tiskovou zprávu
- Tvorba tiskových zpráv (workshop a zpětná vazba)
- Tisková konference (příprava, workshop a zpětná vazba)
- Krizové komunikace a umění, jak jí předcházet
- Monitoring tisku
- Zadání úkolů na období mezi semináři.

Den 3: Varianta 1

- Televizní a rozhlasové vysílání
- Příprava na vysílání (máme jít do rádia nebo TV)
- Rozhovor do zpravodajství (workshop a zpětná vazba)
- Jak obstát v TV debatě (workshop a zpětná vazba)

Den 3: Varianta 2

- Sdílení a sociální marketing
- PR jako podpora fundraisingu
- Neomarketing, virální marketing a využití sociálních sítí
- Analýza vlastních tištěných propagačních materiálů
- Revize cílů propagačních materiálů
- Návrhy opatření vyplývající z analýzy a revize
- Zásady tvorby a návrhy nových propagačních materiálů (workshop)

Název semináře: **FUNDRAISING**

Plánovaný rozsah: 24 hodin (3 dny x 8 hodin)

Lektor: lektori Českého centra fundraisingu

Cílová skupina: vedoucí pracovníci

Cíle vzdělávání:

- Poskytnout účastníkům dostatek relevantních informací a znalostí v daném oboru (viz obsah vzdělávacího programu).
- Umožnit účastníkům procvičit si probíranou látku a získat potřebné dovednosti a návyky.
- Poskytnout účastníkům prostor pro výměnu zkušeností a relevantní příklady tak, aby mohli úspěšně aplikovat získané znalosti a dovednosti do své praxe.

Metodika kurzů: Kurzy budou vedené podle principů zkušenostního učení. S ohledem na fakt, že fundraising je spíše dovedností než teoretickou vědou, budou na všech seminářích zahrnuta nejruznější praktická cvičení. Školení bude vedeno přísně interaktivní formou a jednotlivé metody se budou střídát tak, aby odpovídaly principům vzdělávání dospělých a umožnily účastníkům maximálně se koncentrovat.

Osnova

1. blok – Zahájení semináře, úvod do problematiky

Zahájení

Představení cílů kurzu a programu

Specifikace očekávání účastníků kurzu

Význam FR v rozvoji občanského sektoru

Úvod do problematiky více-zdrojového financování

2. blok - Co to je fundraising – základní principy fundraisingu

Základní principy úspěšného FR

Vyhledávání a motivace dárců

Analýza trhu a vyhledávání potenciálních dárců, okruh dárců - model

Formulace poslání pro dárci

Prezentace organizace či projektu

Sestavení fundraisingového argumentu

3. blok - Individuální dárcovství I.

Co víme o individuálních dárcích?

Účinnost individuálních metod fundraisingu

Kritéria vyhodnocování individuálních kampaní

Pyramidy fundraisingu

Metody individuálního dárcovství

4. blok - Individuální dárcovství II.

Mediální kampaně

Benefiční akce

Poštovní kampaně

Telefonické kampaně

Budování klubů diváků a příznivců

Osobní jednání s individuálními dárci

Navázání dlouhodobé spolupráce s dárcem

5. blok - Podnikatelské dárcovství I.

Výhody a nevýhody podpory od podnikatelského sektoru

Strategie získávání podnikatelských dárců

Kritéria výběru podporované organizace či projektu

Trendy rozvoje sociální odpovědnosti podnikového sektoru



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Druhy podnikatelské podpory

"Sdílený marketing"

Příspěvek zaměstnanců

"Zapůjčení" vedoucího pracovníka, nebo zaměstnance

Darované služby, nebo zboží

Příspěvky do reklamního či propagačního materiálu

Práce ve správní radě či jiném významném orgánu

Sestavování dopisů a prezentačních materiálů

Rozhovor s dárcem

6. blok - Podnikatelské dárcovství II.

"Sdílený marketing"

Příspěvek zaměstnanců

"Zapůjčení" vedoucího pracovníka, nebo zaměstnance

Darované služby, nebo zboží

Příspěvky do reklamního či propagačního materiálu

Práce ve správní radě či jiném významném orgánu

Sestavování dopisů a prezentačních materiálů

Rozhovor s dárcem

7. blok – Příprava a zpracování projektů a žádostí na jejich podporu I.

Grantový proces

Vyhledávání a kultivace vztahů s poskytovateli grantů

Typy grantových žádostí

8. blok – Příprava a zpracování projektů a žádostí na jejich podporu II.

Písemné zpracování projektu krok za krokem

Anotace projektu

Informační stránka o organizaci

Poslání projektu a analýza cílových skupin

Cíle projektu a metody k jejich dosažení

Přehled úkolů a časový plán

Personální zajištění

Metody získávání zpětné vazby a vyhodnocování projektu

Rozpočet

Reference

Potřebné dokumenty

Přílohy

9. blok - Právní aspekty fundraisingu

Formy právního zajištění darů a sponzorských příspěvků

Darovací smlouva

Sponzorská smlouva

Grantová smlouva

Smlouva o dlouhodobé spolupráci s dárcem

10. blok - Plánování fundraisingu

Analýza kampaně na získání finančních prostředků

Kategorie podpory

Typy plánů fundraisingu

Plán zdrojů

Roční plán příjmů z fundraisingu

Závěrečný blok

Vyhodnocení semináře

Název semináře: **VYBRANÉ KAPITOLY Z MANAGEMENTU**

Plánovaný rozsah: 40 hodin (5 x 8 hodin)

Lektorský tým: Mgr. Petr Vrzáček, Dr. Václav Lepičovský, Mgr. Dana Hradcová

Cílová skupina: vedoucí pracovníci

Obsah kurzu:

Systémové řízení (1 den) – Mgr. Petr Vrzáček

Co přesně v dnešní době znamená řídit? V jakých rolích vystupují a jakým činnostem se věnují dnešní manažeři? Co a jak přesně dělají a v čem tkví jejich úspěch? Na tyto a řadu dalších otázek budou hledat odpovědi účastníci tohoto modulu.

Cílem modulu je seznámit účastníky s aktuálním pojetím teorie řízení a představit jim hlavní manažerské činnosti, kterým by se měl věnovat každý současný manažer.

- sekvenční a paralelní manažerské činnosti
- manažerské role
- vitalita organizace, její znaky
- plánování - strategické, operativní, projektové
- organizování - organizační struktury, hierarchie, byrokracie a organizování procesů, standardizace a certifikace
- vedení - charakteristiky vůdcovství, osobnost vůdce
- kontrolování - metody a přístupy, základní nástroje kontroly
- analyzování v manažerské praxi - hlavní postupy
- rozhodování a jeho specifika
- implementování manažerských rozhodnutí

Projektové řízení (1 den) – Mgr. Petr Vrzáček

Projekt je slovem dneška. Ve svém původním významu však odkazuje na proces, který s vysokou pravděpodobností zaručuje úspěšné dosažení cíle. Není divu, že díky těmto kvalitám se stal hlavním nástrojem komunikace a transferu veřejných zdrojů k dalším subjektům. Projekt je však i specifickým nástrojem používaným při řízení změny. Projektově řídit tudíž musí umět nejen většina manažerů, ale také lidé působící na pozici fundraiserů.

Cílem modulu se představit účastníkům fáze a nástroje projektového řízení.

- fáze projektového cyklu
- programovací fáze a její výstupy
- lineární a maticové druhy projektových žádostí
- specifické požadavky donorů
- specifika vztahu mezi dárcem a příjemcem
- identifikace problému, tvorba problémového stromu
- logický rámec a jeho části
- druhy cílů, kritéria SMART
- operacionalizace projektu, Ganttovo schéma
- rizika a jejich analýza
- tvorba rozpočtu
- management projektu
- časté chyby při projektovém plánování

Komunikace pro vedoucí pracovníky (2 dny) – Dr. Václav Lepičovský

Osobnost vedoucího pracovníka

Pojem autority a její druhy

Přirozená autorita vedoucího pracovníka

Respekt a důvěra

Pozitivní myšlení a angažovanost

Zásady expertů v oblasti komunikace

Druhy chování v komunikaci

Rozpoznání vlastního typu chování v komunikaci

Test preferovaného chování

Důsledky jednotlivých typů chování na komunikaci

Nejčastější formy manipulace a jak se jim bránit

Verbální komunikační dovednosti pro posílení přirozené autority vedoucího pracovníka v očích spolupracovníků:

- Faktické a konkrétní vyjadřování kontra subjektivní dojmy
- Aktivní naslouchání názorům a potřebám druhých
- Udržování iniciativy v rozhovoru - kladení otázek a jejich druhy
- Umění říkat „ne“ ohledně věcí, které dělat nechceme
- Rozlišování mezi laskavostí a nárokem
- Chvála a kritika

Neverbální komunikační dovednosti:

- Oční kontakt
- Mimika
- Gestika
- Hlas
- Projevy submise a dominance

Emoce a jejich vliv na komunikaci se spolupracovníky

Zvládání negativních emocí vlastních

Zvládání negativních emocí druhé strany

Emoční horečka a její projevy

Vytýkání chyb a nedostatků spolupracovníkům

Chvála jakožto nástroj pozitivní motivace spolupracovníků

Zásady motivování spolupracovníků

Typologie spolupracovníků dle jejich kompetence či znalostí a dovedností a dle jejich angažovanosti či postoje k práci

Jednání s obtížnými typy spolupracovníků

Zásady přesvědčování a vyjednávání se spolupracovníky

Řízení lidských zdrojů – 1 den (Mgr. Hradcová)

Název semináře: **IMPLEMENTACE STANDARDŮ KVALITY V ZAŘÍZENÍCH SOCIÁLNÍCH SLUŽEB**

(„5 + 1 pohled na řízení kvality“)

Plánovaný rozsah: 16 hodin (2 dny)

Lektor: Bc. Jindra Koldinská, Josef Veselka

Cílová skupina: vedoucí pracovníci

Cíl semináře:

- podpořit zvýšení řídicích kompetencí manažerů, kteří vedou a řídí zařízení sociálních služeb
- identifikace / rekapitulace souvislostí mezi systémem řízení kvality a požadavky standardů kvality sociálních služeb

Osnova semináře:

1 den:

- Zahájení, představení, očekávání
- Záměry, strategie, Veřejný závazek
- Struktura služeb, nabídka služeb, hranice služeb
- Procesní přístup v sociálních službách

2. den

- Organizační struktura
- Efektivní práce s dokumentací
- Řízení v souvislostech
- Zpětná vazba, závěr semináře

Název semináře: **METODY A ORGANIZACE SUPERVIZE V ZAŘÍZENÍCH SOCIÁLNÍCH
SLUŽEB**

Plánovaný rozsah: 2 dny (16 hodin)

Lektor: PhDr. František Kučera

Cílová skupina: vedoucí pracovníci

Cílem školení supervize v sociálních zařízeních je seznámit vedoucí pracovníky, kteří nemají zatím bližší povědomí o supervizi, s jejím smyslem a významem pro zařízení, které řídí, tedy pro pracovníky a pracovní týmy, ale i pro svůj osobní i profesionální růst, aby jejich motivací nebylo pouze plnit standardy sociální práce, ale aby vnímali supervizi jako důležitý psychologický nástroj pomoci zkvalitnění práce, a to v oblasti vedení a řízení lidí, tak v oblasti vzájemných vztahů mezi pracovníky a mezi pracovníky a uživateli.

Vedoucí pracovníci, kteří mají zkušenost se supervizí, rozšíří své poznání v oblasti supervize, při vzájemné diskusi se svými kolegy si vymění zkušenosti v této oblasti, dostanou odpovědi na případné nejasnosti a v praktických cvičeních se seznámí s některými novými, ne tak často užívanými metodami (formami) supervize.

Nástin obsahu programu

Pojem a definice předmětu supervize

Cíle supervize

Význam supervize v sociální práci

Historický nástin supervize

Druhy supervize a její zacílení

Formy a funkce supervize

Zásady supervize

Způsoby intervence supervizora

Etické stránky supervize