

NÁSTROJ PRO ZLEPŠENÍ KOMUNIKAČNÍCH DOVEDNOSTÍ

Doručitelné D.T2.1.5
(WP 2, Activity A.T2.1)



LIGHT VERSION 12 2019, EN
04 12 2019

WP T2.1 – IMPLEMENTATION OF THE
TOOLS DELIVERABLE D.T2.1.5 (WP 2, ACTIVITY A.T2.1)

PROJEKTOVÝ PARTNER (RZESZOW REGIONAL DEVELOPMENT AGENCY PP09)
KONTAKTNÍ OSOBA: BEATA HULINKA, MAŁGORZATA KILIAN





ARTISTIC

I. Cíle a zacílení

Hlavním cílem nástroje je poskytnout místním aktérům a vnějším subjektům/jednotlivcům univerzální a komplexní služby, umožňující získat dovednosti v komunikaci s NKD (nehmotné kulturní dědictví) prostředím a investory, což povede k zvýšenému povědomí rolí komunikace v dnešní době. V efektivitě činností přijatých v tomto ohledu, lepší přístup k nezbytným údajům k vytvoření optimální obchodních rozhodnutí, zajišťují udržitelnost NKD projektů, zatímco jsou zachovány vysoké standardy, pokud jde o soukromí a důvěrnost poskytovaných informací.

Cílem nástroje je zvýšit a zlepšit komunikační dovednosti místních aktérů nehmotného kulturního dědictví (NKD), aby jim to pomohlo s vytvářením žádoucího a důvěryhodného obrazu jejich činností a projektů NKD ve skupině investorů, jakožto i mezi místními/regionálními/národními zúčastněnými, kteří mohou podporovat NKD myšlenky a/nebo projekty způsobem k financování těchto podniků.

Komunikační nástroj je vytvořen k podpoře práce mediátorů a ICH desk (kancelář s vyškolenými operátory) jim umožňuje efektivně podporovat NKD aktéry pomocí nabízení individuálních přístupů ke každému místnímu/regionálnímu/národnímu aktérovi v každé fázi poskytování služeb. Specifika NKD určuje konkrétní cesty sociální komunikace, která zahrnuje tradiční i moderní formy komunikace (včetně elektronické). Metodika služeb povoluje nabízení NKD aktérů možnost zvýšit jejich povědomí, znalosti a dovednosti v oblasti NKD projektech/ myšlenkách komunikace (propagace a zviditelnění iniciativy NKD projektů), bez ohledu na jejich použitelnou úroveň postupu v daném tématu.

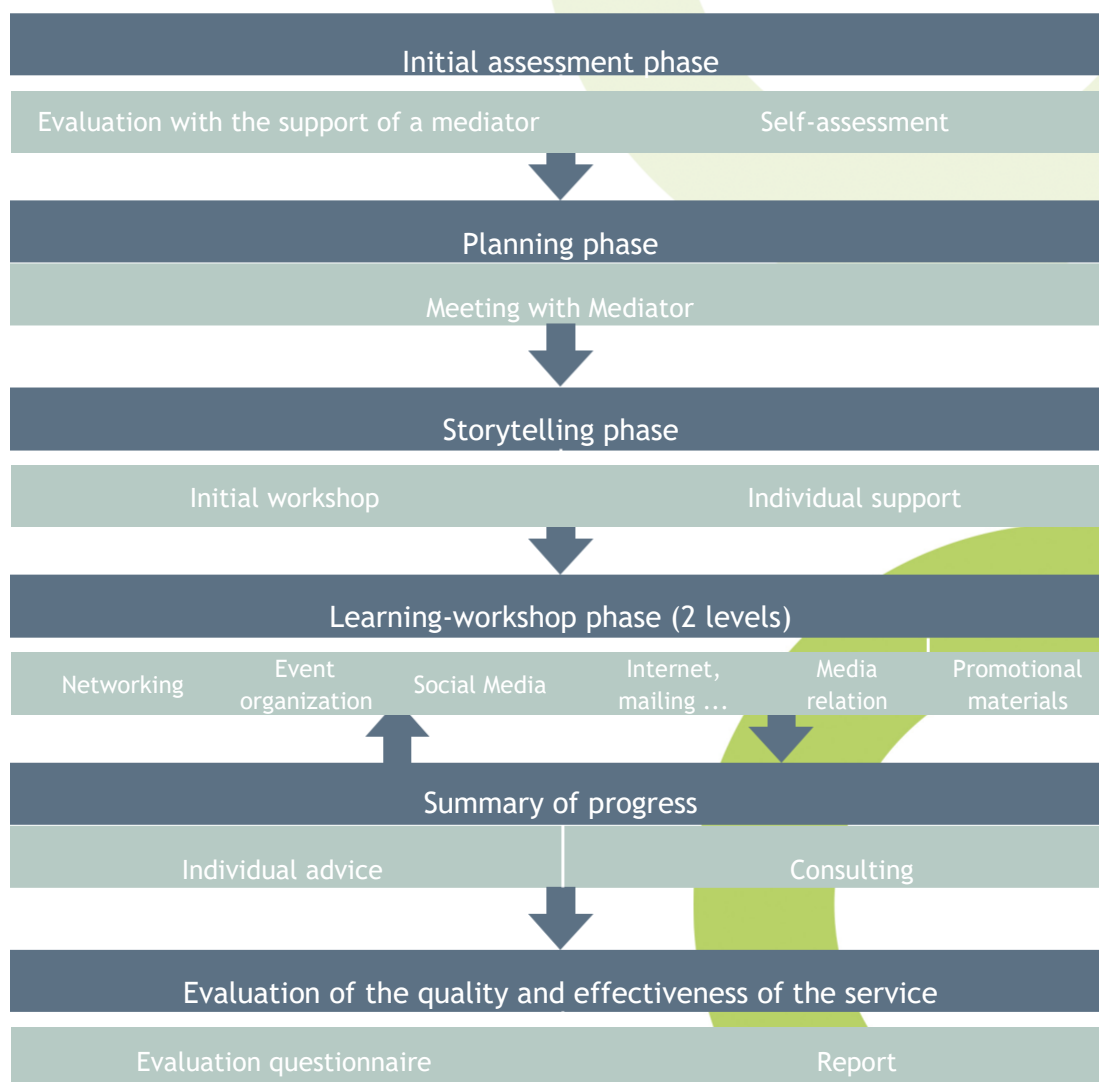
Základní logika služeb jsou znalosti a komunikační dovednosti cílové skupiny lze získat a/nebo zlepšit sledování systému založený na podpoře 6 úrovní podpory systému (záleží na úrovni služeb) na prvcích sebehodnocení, workshopech, poradenská/konzultační podpora poskytovaná a/nebo pod dohledem mediátora, zahrnující hodnocení kvality služeb a spokojenost NKD aktérů, hodnocení znalostí NKD aktérů a zvyšování dovedností po využití služeb.



ARTISTIC

II. PRACOVNÍ SLUŽBA

Hlavním cílem nástroje je poskytnout místním aktérům a externím subjektům/jednotlivcům všestranný a komplexní servis, který umožní získat komunikační dovednosti s prostředím NKD a investory, které povedou k zvýšení povědomí o úloze komunikace v dnešní době, efektivní činnosti přijaté v tomto ohledu, lepší přístup k datům a potřebným informacím pro optimální obchodní rozhodnutí, které zajistí udržitelnost NKD projektů, při zachování vysokých standardů pokud jde o důvěrnost, soukromí a soulad poskytovaných informací.





1. PRVNÍ HODNOCENÍ FÁZE

Počáteční fáze hodnocení je zaměřena na vymezení stupně hodnocení dovedností a schopností tvůrce nehmotného kulturního dědictví v oblasti komunikačních dovedností. Schéma procesu zahrnuje část řízení umožňující provádět tuto část samostatně nebo s pomocí mediátora. Bez ohledu na rozhodnutí klienta ohledně seberealizace nebo spolupráce s mediátorem, spočívá tato fáze ve vyplnění diagnostického listu, který je připraven v elektronické (Excel) a tištěné formě.

2. FÁZE PLÁNOVÁNÍ

Cílem plánovací fáze je pomoci klientovi s uspořádáním aktivního plánu založeném na zjištěných potřebách uvedených klientem v diagnostickém listu, vyplývajících z jednotlivých setkání s mediátory (přidané jednotlivé konzultace jsou volitelné). Odpovědi by měly být zaznamenány ve speciálně vytvořeném listu, který pomůže k přizpůsobení kurzu služeb k potřebám klienta.

Dalším krokem je sestavení klientových cílů pomocí listiny cílů. Cíle jsou schváleny tvůrci NKD a měly by být zapsány v odpovídajícím okně cílů v listu (v tištěné nebo elektronické podobě). Další, sloupec „hodnota“ by měl být prázdný, jeho dokončení proběhne v konečné fázi.



3. VYPRAVĚČSKÁ FÁZE

V této části procesu, každý místní aktér (klient) se seznámí s pravidly vytváření své tvůrčí práce. Vypravěčský workshop je plánovaný na minimálně 5 hodin za jeden den a maximálně 12 hodin za dva dny - záleží na počtu účastníků na workshopu, úrovně jejich znalostí, dovedností či potřeb. Během workshopu se klienti naučí, jak sestavit příběh o svojí tvůrčí práci, také vytvořit základ pro tvorbu zajímavého obsahu na sociálních mediích, pro veřejné vystupování, setkání tváří v tvář, ale i výstupní scénáře pro audiovizuální materiály. Na workshopu se účastníci naučí:

- Jak příběh ovlivňuje příjemce,
- Proč stojí za to používat kreativní příběhy v obchodních aktivitách,
- Jaké jsou základní prvky stavby příběhu a jak je použít, jaké máme druhy,
- Jak kriticky přistupovat k vytváření příběhu a vylepšovat ho.

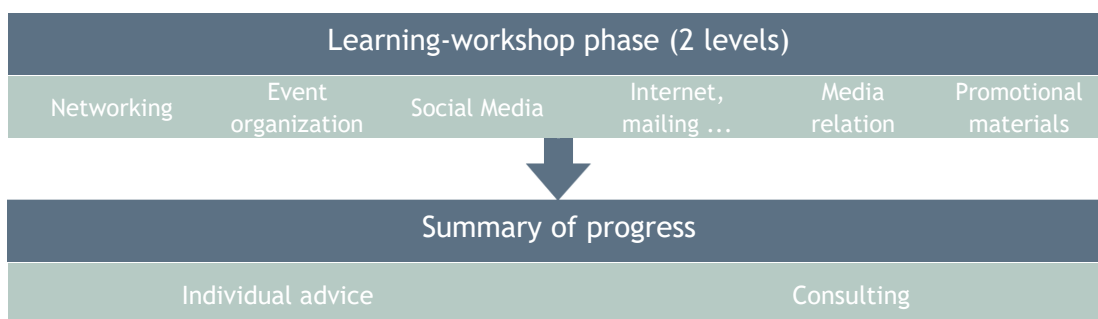
Úkol mediátora nebo vedoucího workshopu je povzbudit snahu k vytvoření vyprávění, v průběhu workshopu každý prostředník vytváří minimálně jeden příběh. Zvláštní pozornost je třeba věnovat kritickým (ale konstruktivním) poznámkám. Workshop by měl v účastníkovi tvořit přesvědčení, že základem komunikačního procesu s jeho prostředím je správná tvorba jeho vlastního příběhu. Tento obsah nemusí být perfektní, ale, co se počítá, jsou emocionální výrazy a autenticita výsledného obsahu, která může mít silnější dopad na příjemce.

Materiály z workshopu zahrnují mnoho odkazů na video soubory na internetu. Jsou nejčastěji založeny na filmových snímcích a ovlivňují příjemce i bez přidaných informací a vysvětlení. Většina z nich jsou anglicky mluvící filmy nebo filmy s anglickými titulky. Doporučuje se vyhledat ekvivalenty těchto video materiálů v národním jazyce, ve kterém bude workshop probíhat, aby jazyková bariéra neomezovala správný příjem obsahu nebo diskuze prezentovaných materiálů s účastníky workshopu. Tato úloha požaduje po mediátorovi nebo osobě provádějící workshop aby byli citliví a dostatečně předvíдали dopad prezentovaných materiálů na příjemce.



4. VZDĚLÁVÁNÍ - FÁZE WORKSHOPU

Tato fáze se skládá z 6 workshopů, kdy každý z nich je rozdělen na základní a rozšířenou část (2 úrovně postupu). Účastníci, kteří absolvovali základní workshop a obdrželi shrnutí pokroku od mediátora a budou chtít dále rozšířit své dovednosti ve stejném předmětu workshopu, budou moci využít výhodu workshopů na rozšířené úrovni VV.



4.1.NETWORKING



Účastník networkingového workshopu se naučí, jak vytvářet síť obchodních kontaktů. Účastníci se naučí:

- Výhody vytváření sítí
- Provozní principy pro různé skupiny a účastníky
- Metody navazování kontaktů používaných pro networking

V rozšířené části účastníci workshopu budou obeznámeni s myšlenkou a základním konceptem souvisejícím s crowdfundingem.

Informace a vzdělávací materiály byly vypracovány pro tyto tématické workshopy



4.2. ORGANIZACE UDÁLOSTI



Tento workshop má za cíl připravit účastníky na nezávislou organizaci událostí, především kulturní povahy. Po workshopu budou účastníci schopni vytvořit potřebné dokumenty a plánovat aktivity nezbytné k uskutečnění události. V základní části budou projednány povinné úkoly, které by měly být připravené k diskuzi, tj. koncept, rozpočet a plán. Také budou popsány problémy související s získáváním partnerů a sponzorů události. Kromě toho se bude diskutovat o problémech spojených s předpisy, nezbytnými záznamy a také vývoj scénografických událostí.

Rozšířená část obsahuje popis prvků týkajících se organizace události, která by měla být považována a uskutečněna za účelem organizace akce, ale jejich nepřítomnost neohrozí průběh samotné události. Tato verze povede diskuzi o problémech získávání mediálních patronů, call centrer, pozvánek a emailů, podávání zpráv a získávání možných doporučení. Pokročilá verze materiálů také obsahuje přehled organizace událostí na internetu, zahrnující živé vysílání na sociálních networkingových sítích jako je Facebook a Youtube. V posledním případě budou krok po kroku popsány aktivity, jak se technicky připravit a jak vytvořit správné nastavení panelů pro úspěšnou přípravu přenosu.

Informace a vzdělávací materiály byly vypracovány pro tyto tématické workshopy



4.3. SOCIÁLNÍ MÉDIA



Workshop o sociálních médiích se zabývá otázkami souvisejícími se sociálními médii. Přestože se zaměřuje převážně na Facebook, hovoří se zde také o ostatních portálech podobného typu, jako například Instragram, LinkedIn či Twitter. Účastníci semináře získají znalosti ohledně zakládání účtů a spravování profilů na této platformě. Při diskuzi ohledně Facebooku je také prezentována aplikace Messenger.

V rozšířené části se prezentují problémy spojené s analýzou statistik na Facebooku - účastníci se naučí hodnotit dosah, účast a reakce uživatelů na zveřejněné příspěvky. Seminář popisuje nástroj pro placenou propagaci Facebooku, který poskytuje efektivní podporu marketingovým a komunikačním aktivitám každého profesionálního profilu na této platformě. Veškeré prezentované znalosti pomohou s vědomě využívaným komunikačním kanálem, jako jsou sociální media a jejich efektivní využívání.

Informace a vzdělávací materiály byly vypracovány pro tyto tématické workshopy



4.4. INTERNET, MAILOVÁNÍ, ŘÍZENÍ WEBOVÝCH STRÁNEK



Workshop „internet, mailování, management webových stránek” připravuje účastníky pro účinné používání internetových zdrojů v jejich aktivitách související s nehmotným kulturním dědictvím. V základní části se bude diskutovat o způsobech vytváření webových stránek a jak se server liší od hostování. Představeny budou také prvky a funkce dobře odeslaných marketingových emailů. Kromě toho také budou projednány otázky spojené s dobře připraveným zpravodajem. Workshop také zahrnuje praktické rady vytváření obsahu na internetu. Shrnutí poskytuje způsoby k zvýšení čísel návštěv na webových stránkách.

Rozšířená část připraví účastníky na otázky spojené se systémem pro správu obsahu (Content Management System), díky kterým můžete snadno spravovat Vaše webové stránky. Důležitou roli v průběhu workshopu hraje důkladné zkoumání týkající se efektivního určování polohy. Celek je doplněn o další rady, díky kterým budou účastníci workshopu schopni se seznámit s ostatními pravidly pro vytváření fotoreportáží a infografiky.

Informace a vzdělávací materiály byly vypracovány pro tyto tématické workshopy



4.5. MEDIÁLNÍ VZTAHY



Workshop „mediální vztahy“ má připravit své účastníky na nezávislé akce v oblasti kontaktu s médii. Představí principy správného formátování textu, který bude jednoduchý přijímat. Bude se diskutovat o novinářských žánrech jako je tisková zpráva či rozhovor a také o otázkách souvisejících s výběrem správné fotografie našich materiálů. Workshop také vysvětlí, jak vytvářet novinářské databáze a jak efektivně rozeslat naše informace. Díky znalostem budou účastníci workshopu schopni připravit tiskové materiály, který mají šanci být zveřejněny v médiích.

Rozšířená část se bude týkat otázek, které nejsou přímo spojené s tvorbou obsahu, ale jsou stále důležitými aktivitami v oblasti mediálních vztahů. Bude předvedeno, jak vytvořit dlouhodobé a výhodné vztahy s redakcí jako zásady sledování medií. V této části workshopu účastníci získají dovednosti, které jim umožní vybudovat a zahrnovat jejich image, kterou představují.

Informace a vzdělávací materiály byly vypracovány pro tyto tematické workshopy



4.6. PROPAGAČNÍ MATERIÁLY



Workshop „Propagační materiály” připravuje účastníky na koncepční vývoj propagačních materiálů. V základní části se bude diskutovat o základních formách a aplikacích: obchodní karty, letáky, plakáty, billboardy, souhrny a reklamační pomůcky. Také budou prezentovány prvky a funkce dobře navrženého loga. Kromě toho se budou projednávat otázky související s používáním grafiky na internetu - kde legálně stahovat, jaké problémy jsou s autorskými právy, jaké jsou Creative Commons licenses

Rozšířená část připraví účastníky ke spolupráci s počítačovým grafickým designérem v oblasti designu počítačové grafiky. Budou probírány otázky spojené počítačovou grafikou: rozdělení na rastrové a vektorové grafiky a grafické záznamové systémy. Budou vysvětleny základy barevné kompozice a jejich symbolický význam, stejně jako rozdíly mezi různými fonty. Ve výsledku budou účastníci workshopu připraveni pro harmonickou spolupráci s počítačovým grafickým designérem, který připraví objednané propagační materiály.

Informace a vzdělávací materiály byly vypracovány pro tyto tématické workshopy



5. SHRNUTÍ POKROKU

Po dokončení části související s workshopem je shrnut postup účastníka postupu. Pro tento účel pomůže list cílů vytvořený před začátkem cesty podpory v rámci služeb, které jsou užitečné. Aby celek proběhl správně, měl by být sloupec „hodnota“ vyplněn podle aktuálního stavu prováděných aktivit. Poté je možné analyzovat dosažené výsledky místními aktéry využívající služby pomocí rozpoznání akcí, jejichž výkon představuje nejméně a nejvíce problémů, a zamyslet se nad tím, co by mohlo být zlepšeno v bodech, které to vyžadují.

6. KVALITA SLUŽEB

6.1. HODNOCENÍ DOTAZNÍKU

Hodnotící dotazník je důležitým bodem pro posouzení služeb klientem. Otázky v průzkumu odkazují na celkový průběh služby, jakožto i podrobné posouzení individuálních workshopů, které účastníci absolvovali. Jsou založeny na řadové stupnici, která umožňuje vyhodnotit indikátory na pětibodové stupnici. Celek je doplněn zkouškou znalostí, která má prokázat znalosti účastníků, které v rámci každé formy podpory služby získali.

6.2. ZPRÁVA

Materiály týkající se zprávy každého účastníka se skládají z následujících kompletních dokumentů:

Diagnostický list, pracovní list pro potřeby, pracovní list cílů a hodnotící dotazník.

PŘÍLOHY

- Příručka mediátora
- Diagnostický list - soubor v excelu
- Hodnocení dotazníku
- Vyprávění obsahu
- Networking
- Organizace událostí
- Sociální media
- Internet, mailování, management webovek

- Mediální vztahy
- Propagační materiály



KONTAKTY

PP09: RZESZOW REGIONAL DEVELOPMENT
AGENCY

Beata Hulinka
bhulinka@rarr.rzeszow.pl

Małgorzata Kilian
mkilian@rarr.rzeszow.pl

 www.facebook.com/projectARTISTIC
 www.linkedin.com/in/artistic-project
 [@ARTISTIC_CE](https://twitter.com/ARTISTIC_CE)
 [@projectartistic](https://www.instagram.com/projectartistic)