

NÁSTROJ NA ZLEPŠENIE KOMUNIKAČNÝCH ZRUČNOSTÍ

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



LIGHT VERSION 12 2019, EN
04 12 2019

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





ARTISTIC

I. CIELE A ZÁMERY

Hlavným cieľom tohto nástroja je poskytnúť miestnym aktérom a externým subjektom / jednotlivcom univerzálnu a komplexnú službu, ktorá umožní získať zručnosti v komunikácii s prostredím NKD a investormi, čo povedie k zvýšeniu povedomia. V súčasnosti je účinnosť činností v tomto ohľade lepší prístup k údajom a informáciám potrebným na uskutočnenie optimálnych obchodných rozhodnutí, ktoré vyústia do trvalej udržateľnosti projektov NKD, pri zachovaní vysokých štandardov, pokiaľ ide o dôvernosť, a súkromie konzistentnosti poskytnutých informácií.

Cieľom tohto nástroja je zvýšiť a zlepšiť komunikačné zručnosti miestnych aktérov v oblasti nehmotného kultúrneho dedičstva (NKD), aby im pomohli vytvoriť požadovaný a dôveryhodný obraz ich činnosti a projektov NKD medzi skupinou investorov, ako aj medzi miestne / regionálne / národné zúčastnené strany, ktoré môžu podporovať nápady a / alebo projekty NKD komplementárnym spôsobom na financovanie týchto podnikov.

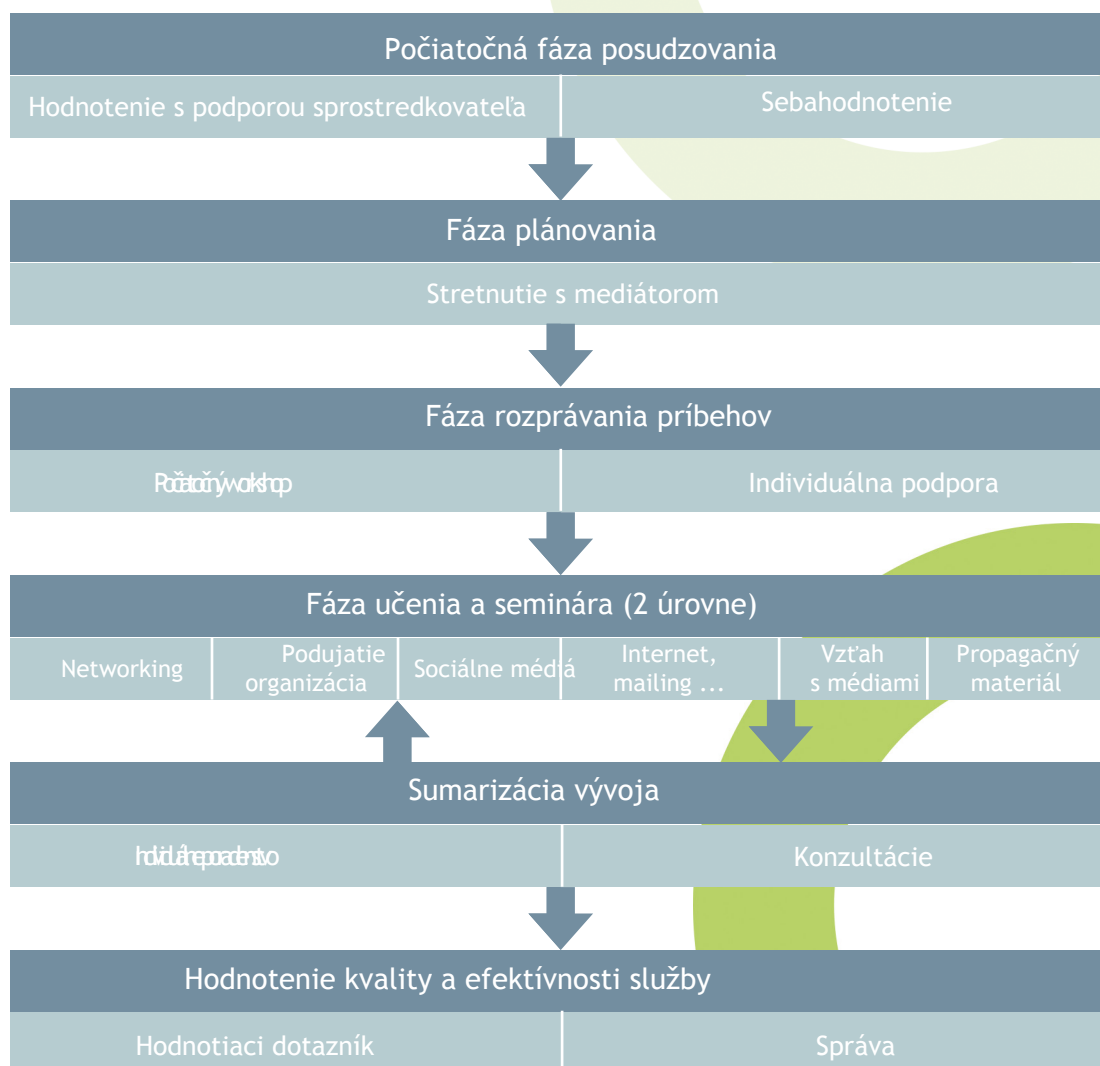
Komunikačný nástroj je vytvorený aby podporil prácu mediátorov a pracovných aktérov NKD a umožňuje im účinne podporovať aktérov poskytovaním individualizovaného prístupu ku každému miestnemu / regionálnemu / národnému činiteľovi v každej fáze poskytovania služieb. Špecifickosť NKD určuje konkrétne spôsoby sociálnej komunikácie, v ktorej sú tradičné aj moderné formy komunikácie (vrátane elektronickej). Metodika služieb umožňuje ponúkať účastníkom NKD možnosť zvyšovania ich informovanosti, vedomostí a zručností o účinnej komunikácii o projektoch / nápadoch NKD (propagácia a zabezpečenie náležitého zviditeľnenia iniciatív / projektov NKD), bez ohľadu na ich uplatniteľnú úroveň vývoja v danej tematike.

Základná logika služby spočíva v tom, že vedomosti a komunikačné zručnosti cieľovej skupiny možno získať a / alebo vylepšiť nasledujúcim 6-úrovňovým podporným systémom založeným (v závislosti od úrovne služby) na prvkoch sebahodnotenia, workshopy, poradenská a konzultačná podpora poskytovaná a alebo kontrolovaná sprostredkovateľom vrátane hodnotenia kvality služby a spokojnosti aktérov NKD, hodnotenia znalostí a zručností aktérov NKD po použití služby, vyhodnotenia primeranosti služieb pre potreby NKD.



II. PRACOVNÝ TOK SLUŽIEB

Hlavným cieľom tohto nástroja je poskytnúť miestnym aktérom a externým subjektom / jednotlivcom všestrannú a komplexnú službu, ktorá umožní získať zručnosti v komunikácii s prostredím NKD a investormi, čo povedie k zvýšeniu povedomia o úlohe komunikácie v súčasnosti, efektívnosť činností prijatých v tejto súvislosti, lepší prístup k údajom a informáciám potrebným na prijímanie optimálnych obchodných rozhodnutí, ktoré zabezpečujú udržateľnosť projektov NKD pri súčasnom zachovaní vysokých štandardov, pokiaľ ide o dôvernosť, súkromie a konzistentnosť poskytovaných informácií.





1. FÁZA POČIATOČNÉHO HODNOTENIA

Počiatková fáza hodnotenia je zameraná na definovanie stupňa hodnotenia zručností a spôsobilostí tvorcu nehmotného kultúrneho dedičstva v oblasti komunikačných zručností. Schéma konania umožňuje, aby sa táto časť vykonala samostatne alebo s pomocou sprostredkovateľa. Bez ohľadu na rozhodnutie klienta o sebarealizácii alebo spolupráci s mediátorom, táto fáza spočíva v dokončení diagnostického listu, ktorý bol vopred pripravený v elektronickej podobe (tabuľka Excel) a vytlačený.

2. FÁZA PLÁNOVANIA

Cieľom fázy plánovania je pomôcť klientovi pri príprave akčného plánu na základe potrieb, ktoré klient uviedol v diagnostickom liste a ktoré vyplývajú z individuálnych stretnutí s mediátorom (ďalšie individuálne konzultácie sú nepovinné). Odpovede by sa mali uviesť v osobitne navrhnutom liste, ktorý pomôže prispôbiť priebeh služby potrebám klienta.

Ďalším krokom je zostavenie zoznamu cieľov klienta pomocou pracovného listu cieľov. Ciele dohodnuté s tvorcom NKD by mali byť uvedené v príslušnom okne pracovného listu cieľov (v tlačenej alebo elektronickej podobe). Ďalej by sa mal uviesť dátum dosiahnutia cieľov a referenčná hodnota (hodnota tar-get). Stĺpec „Hodnota“ by mal byť prázdny, jeho dokončenie sa uskutoční v súhrnnej fáze.



ARTISTIC

3. STORYTELLING PHASE

V tejto časti procesu sa každý miestny herec (klient) oboznámi s pravidlami vytvárania príbehu o svojej tvorivej práci. Rozprávačská rozprávka je naplánovaná na navrhované minimálne 5 hodín (1 deň) a maximálne 12 hodín (2 dni) - v závislosti od počtu účastníkov workshopu, úrovne ich znalostí, zručností a potrieb. Počas workshopu sa klient naučí, ako zostavovať príbehy o svojej tvorivej práci, aby vytvoril základ pre tvorbu zaujímavého obsahu v sociálnych médiách, pre verejné vystúpenia, osobné stretnutia, ako aj výstupné scenáre pre audio- vizuálne materiály. Účastník workshopu sa naučí:

- ako má príbeh vplyv na príjemcu
- prečo sa oplatí využívať vytváranie príbehov v podnikateľskej činnosti
- aké sú základné prvky tvorby príbehu a ako ich použiť
- aké sú typy rozprávania príbehov
- ako zaujať kritický prístup k vytvorenému príbehu a ako ho vylepšiť

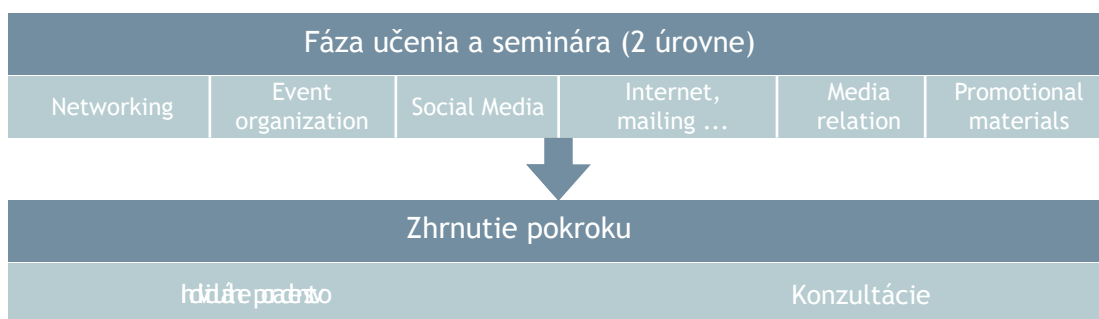
Úlohou mediátora alebo vedúceho workshopu je povzbudiť úsilie o vytvorenie príbehu, aby počas seminára každý účastník vytvoril aspoň jeden príbeh. Osobitná pozornosť by sa mala venovať prezentácii kritických (ale presvedčivých) poznámok. Workshop by mal tvoriť presvedčenie účastníka, že správne vytvorenie jeho vlastného príbehu je základom komunikačného procesu s prostredím. Tento obsah nemusí byť dokonalý, ale záleží na emočnom vyjadrení a autentickosti výsledného obsahu, ktorý môže mať výraznejší vplyv na príjemcu.

Školiace materiály obsahujú veľa odkazov na video súbory na internete. Väčšinou sú založené na filmových obrazoch a ovplyvňujú príjemcu aj bez ďalších informácií a vysvetlení. Väčšina z nich sú filmy v anglickom jazyku alebo s anglickými titulkami. Odporúča sa hľadať ekvivalenty týchto videomateriálov v národnom jazyku, v ktorom sa bude workshop konať, aby jazyková bariéra neobmedzovala správny príjem obsahu, alebo prediskutovať predložené materiály s účastníkmi dielňa. Táto úloha vyžaduje, aby mediátor alebo osoba, ktorá vedie workshop, boli citliví a primerane predpovedali dopad materiálu prezentovaného na príjemcu.



4. VZDELÁVANIE - FÁZA WORKSHOPU

Táto fáza pozostáva zo 6 workshopov, z ktorých každý je rozdelený na základnú a rozšírenú časť (2 úrovne postupu). Účastníci, ktorí prešli základným seminárom a dostali zhrnutie pokroku od mediátora a chcú ďalej rozvíjať svoje zručnosti v tom istom predmete seminára, budú môcť využívať workshopy na rozšírenej úrovni.VV



4.1.NETWORKING



Účastník workshopu o vytváraní sietí sa naučí, ako vedome vytvoriť sieť obchodných kontaktov. Účastník sa naučí:

- výhody budovania siete,
- zásady fungovania rôznych skupín príjemcov,
- metódy nadviazania existujúcich kontaktov na vytváranie sietí.

V rozšírenej časti sa účastníci seminára zoznámia s myšlienkou a základnými koncepciami súvisiacimi s crowdfundingom.

Pre tento tematický workshop boli vyvinuté informačné a vzdelávacie materiály.



4.2. EVENT ORGANISATION



Cieľom tohto seminára je pripraviť účastníkov na nezávislú organizáciu podujatí, predovšetkým kultúrneho charakteru. Po workshope bude účastník schopný vytvoriť potrebné koncepčné dokumenty a naplánovať činnosti potrebné na realizáciu akcie. V základnej časti budú prediskutované povinné úlohy, ktoré by sa mali vykonať pri príprave udalosti, t. j. koncepcia, rozpočet a harmonogram. Opíšu sa aj otázky týkajúce sa získavania partnerov a sponzorov podujatia. Okrem toho sa bude diskutovať o záležitostiach týkajúcich sa predpisov a potrebných záznamov, toho, čo by malo byť v nich obsiahnuté, ako aj o vývoji scenárov udalosti.

Rozšírená časť obsahuje opis prvkov týkajúcich sa organizácie podujatia, ktoré by sa mali zväžiť a implementovať s cieľom zorganizovať podujatie, ale ich neprítomnosť nespôsobí ohrozenie samotnej udalosti. Táto verzia sa bude zaoberať otázkami získavania sponzorov médií, telefonických stredísk, pozvánok a poštových zásielok, podávania správ a získavania možných odkazov. Rozšírená verzia materiálov obsahuje aj prehľad organizácie podujatí na internete vrátane vytvorenia živého vysielania na sociálnych sieťach Facebook a YouTube. V poslednom prípade boli popísané činnosti krok za krokom, ako sa pripraviť technicky a ako vykonať správne nastavenie v paneloch tak, aby sa úspešne pripravil prenos.

Pre tento tematický workshop boli vyvinuté informačné a vzdelávacie materiály.



4.3. SOCIÁLNE MÉDIÁ



Workshop „Sociálne médiá“ sa zaoberá otázkami týkajúcimi sa sociálnych médií. Hoci sa zameriava hlavne na Facebook, diskutuje aj o iných portáloch tohto typu, ako sú napríklad In-stagram, LinkedIn a Twitter. Účastníci seminára získajú vedomosti v oblasti zriaďovania účtov a správy profilov na týchto platformách. Pri diskusii o Facebooku sa okrem toho uvádza aj konfigurácia aplikácie Messenger.

Rozšírená časť predstavuje otázky týkajúce sa analýzy štatistík na Facebooku - účastníci sa naučia hodnotiť dosah, zapojenie a reakcie používateľov na uverejnené príspevky. Workshop ďalej opísal nástroj platenej propagácie Facebooku, ktorý poskytuje účinnú podporu marketingovým a komunikačným činnostiam každého profesionálneho profilu na tejto platforme. Všetky uvedené vedomosti pomôžu pri vedomom využívaní komunikačných kanálov, ako sú sociálne médiá, a pri ich najefektívnejšom využití.

Pre tento tematický workshop boli vyvinuté informačné a vzdelávacie materiály.



4.4. INTERNET, MAILING, RIADENIE WEBSTRÁNOK



Workshop „Internet, rozposielanie, správa webových stránok“ pripravuje účastníkov na efektívne využívanie internetových zdrojov pri ich činnostiach súvisiacich s nehmotným kultúrnym dedičstvom. V základnej časti sa bude diskutovať o spôsoboch vytvorenia webovej stránky a o tom, ako sa server líši od hostingu. Predstaví sa aj prvky a vlastnosti dobre odoslaných marketingových e-mailov. Okrem toho sa bude diskutovať o otázkach týkajúcich sa dobre pripraveného spravodajcu. Súčasťou seminára sú aj praktické rady týkajúce sa tvorby obsahu na internete. Zhrnutie poskytuje spôsoby, ako zvýšiť počet návštev webovej stránky.

Rozšírená časť pripraví účastníkov na problémy súvisiace s redakčným systémom (Content Management System), vďaka ktorému môžete ľahko spravovať svoje webové stránky. Dôležitú úlohu počas seminára hrá aj dôkladné preskúmanie pravidiel týkajúcich sa účinného umiestnenia. Celok je doplnený ďalšími radami, vďaka ktorým sa účastníci workshopu budú môcť oboznámiť okrem iného s pravidlami vytvárania fotoreportáží a infografiky.

Pre tento tematický workshop boli vyvinuté informačné a vzdelávacie materiály.



4.5. VZŤAHY MÉDIÍ



Workshop „Vzťahy s médiami“ je určený na prípravu účastníkov na nezávislé akcie v oblasti kontaktu s médiami. Predstaví zásady správneho formátovania textov, ktoré sa dajú ľahko získať. Diskutuje sa aj o žurnalistických žánroch, ako sú tlačové správy a rozhovory, ako aj o otázkach týkajúcich sa výberu správnej fotografie ilustrujúcej náš materiál. Workshop tiež vysvetlí, ako vytvoriť databázu novinárov a ako efektívne šíriť naše informácie. Vďaka týmto poznatkom budú účastníci workshopu schopní pripraviť a distribuovať tlačové materiály, ktoré budú mať dobrú šancu byť publikované v médiách.

Rozšírená časť sa bude zaoberať otázkami, ktoré priamo nesúvisia s tvorbou obsahu, ale stále sú dôležitými činnosťami v oblasti vzťahov s médiami. Ukáže sa, ako vytvoriť dlhotrvajúce a plodné vzťahy s redakciami, ako aj zásady monitorovania médií. Nakoniec sa vysvetlia zásady účinnej krízovej komunikácie, ktoré budú užitočné v najťažších chvíľach vzťahov s médiami. V tejto časti účastníci seminára získajú zručnosti, ktoré im umožnia budovať a starať sa o svoj imidž a o tie subjekty, ktoré zastupujú.

Pre tento tematický workshop boli vyvinuté informačné a vzdelávacie materiály.



4.6. PROPAGAČNÉ MATERIÁLY



Workshop „Propagačné materiály“ pripravuje účastníkov na koncepčný vývoj propagačných materiálov. V základnej časti sa budeme venovať ich základným formám a použitiu: vizitky, letáky, plagáty, billboardy, reklamné balíčky a propagačné pomôcky. Predstavia sa aj prvky a vlastnosti dobre navrhnutého loga. Okrem toho sa bude diskutovať o problémoch súvisiacich s používaním grafiky, ktorá sa nachádza na internete - kde sa dajú získať legálne, ako vyzerá otázka autorských práv, aké sú licencie spoločnosti Creative Commons.

Rozšírená časť pripraví účastníkov na spoluprácu s počítačovým grafikom v oblasti navrhovania grafických materiálov. Diskutuje sa o základných technických otázkach týkajúcich sa počítačovej grafiky: rozdelenie na systémy na zaznamenávanie rastrových a vektorových grafických súborov a grafických súborov. Vysvetlia sa princípy farebnej kompozície a ich symbolický význam, ako aj rozdiel medzi bezpatkovými a bezpatkovými typmi písma. Výsledkom je, že účastníci workshopov majú byť pripravení na plodnú a harmonickú spoluprácu s počítačovým grafikom, ktorý pripraví objednané propagačné materiály.

Pre tento tematický workshop boli vyvinuté informačné a vzdelávacie materiály.



5. SUMARIZÁCIA VÝVOJA

Po dokončení časti týkajúcej sa seminára je zhrnutý pokrok účastníka seminára. Na tento účel bude užitočný prehľad cieľov vytvorených pred začiatkom podpornej cesty v rámci služby. V záujme správneho fungovania celku je potrebné vyplniť stĺpec „Hodnota“ podľa skutočného stavu vykonaných činností. Potom je možné analyzovať výsledky, ktoré dosiahli miestni aktéri využívajúci službu, identifikovaním akcií, ktorých výkon priniesol najmenšie a najviac problémov, a zamyslieť sa nad tým, čo by sa mohlo zlepšiť v bodoch, ktoré to vyžadujú.

6. KVALITA SLUŽBY

6.1. HODNOTENIE HODNOTENIA

Hodnotiaci dotazník je dôležitým bodom pri hodnotení služby klientom. Otázky v prieskume sa týkajú hodnotenia celkového priebehu služby, ako aj podrobného hodnotenia jednotlivých workshopov, na ktorých sa účastníci zúčastnili. Vychádzajú z poradových stupníc, ktoré umožňujú vyhodnotiť každý z ukazovateľov v päťbodovej stupnici. Celok je doplnený testom vedomostí, ktorý je určený na testovanie vedomostí, ktoré získali účastníci každej formy podpory v rámci služby.

6.2. SPRÁVA

Materiály týkajúce sa správy každého účastníka pozostávajú z nasledujúcich vyplnených dokumentov: diagnostický list, pracovný hárok, pracovný hárok o cieľoch a hodnotiaci dotazník.

PRÍLOHY

- Príručka sprostredkovateľa
- Diagnosis Worksheet - vynikajúci súbor
- Hodnotiaci dotazník
- Rozprávanie príbehov - dielenské materiály
- Vytváranie sietí - materiály pre dielne
- Organizácia podujatia - školiace materiály
- Sociálne médiá - dielenské materiály
- internet, mailing, správa webových stránok, - materiály pre workshopy
- Vzťahy s médiami - seminárne materiály
- Propagačné materiály - dielenské materiály



KONTAKT

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)