



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



# PROJEKTOVÁNÍ, ŘÍZENÍ A FUNDRAISING

Ondřej Ješina

Doplňkový tematický blok V – Podpora kompetencí vedoucích pedagogických pracovníků institucí poskytujících zájmové vzdělávání

**Kompetence leadera úspěšné školy**

CZ.02.3.68/0.0/0.0/16\_032/0008145



# Školní klub – př. jiná vaše činnost

- V čem je tato oblast jiná, zvláštní, zajímavá, specifická?
- Co je cílová skupina?
- Jaký je charakter projektu: rozvojový, vědecký, vzdělávací, drobný, dlouhodobý apod.?
- Jaký je cíl projektu?
- Jaké je zaměření projektu dle resortu?



# Pojmy často využívané v projektech

- Hlavní řešitel
- Hlavní partner
- Partner – s finanční účastí, bez finanční účasti
- Klinické pracoviště, spolupracující subjekt
- Síťování (networking)
- „Stakeholder“
- Fundraising
- Klíčové aktivity
- Monitorovací indikátory
- Monitorovací zpráva



# Neziskový vs. komerční sektor (I)

- Nadační fondy vs. nadace
  - V obou případech se jedná o účelové sdružení majetku, který je určen k dosahování obecně prospěšných cílů.
  - NF: musí být vložen zřizovatelem určitý majetkový vklad.
  - N: může se podílet na spolupráci s a.s.



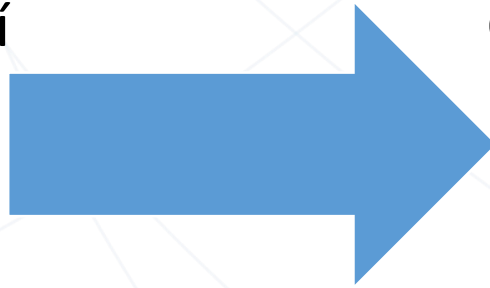
# Neziskový vs. komerční sektor (II)

- O.p.s.
- O.s.
- „Klastr“



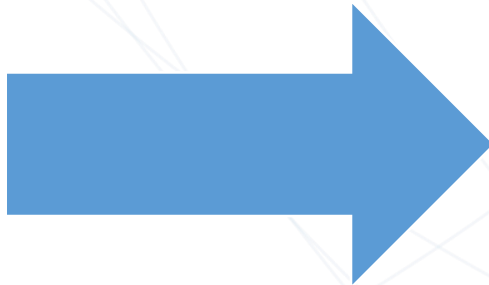
# Neziskový vs. komerční sektor (III)

Občanské sdružení

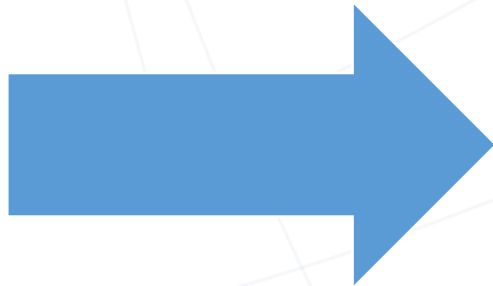


Obecně prospěšná společnost

Ústav



**Spolek / Pobočný spolek**



Sociální družstvo



# Příspěvková organizace

- Jedna z forem veřejného ústavu
- Právnícká osoba veřejného práva zřízená k plnění úkolů ve veřejném zájmu
- Založena organizačními složkami státu a územními samosprávnými celky
- Vlastní právní subjektivita
- Příspěvky od zřizovatele z rozpočtu, ze své další činnosti, normativy



# Poskytovatelé, vypisovatelé

- Obce, kraje, ministerstva
- Nadace a nadační fondy
- Vládní organizace
- Nevládní organizace
- Komerční firmy
- Mezinárodní projekty – Norské fondy, Švýcarské fondy
- Projekty EU – evropské komise





# Návrh postupu při plánování

- Zjištění problému
- Vydefinování cíle
- Vytvoření projektového záměru
- Hledání příslušné výzvy
- Kontaktování s projektovým pracovištěm (kdo má zkušenosti)
- Kontaktování se subjektem, který projekt vypsal
- Příprava projektu
- Oslovení „stakeholderů“ (??? – možné na samotném začátku)



# Návrh postupu při realizaci

- Opřít se o kvalitní management a lidské zdroje
- Průběžné schůzky projektového týmu
- Konzultace s vypisovatelem projektu
- Stálé sledování cíle – argumentace, vysvětlování, řízení
- Při poukázání na nedostatky nebo chyby hledat řešení
- Průběžné řízení lidských zdrojů, průběžná finanční kontrola, naplňování indikátorů projektu



Obr.: jedná se o volně dostupné  
obrázky aplikace powerpoint !

# Fundraising (I)

- Systematická činnost, jejímž výsledkem je získání prostředků pro (ideálně) prospěšnou činnost.



kompetence leadera úspěšné školy



# Fundraising (II)

- Členské příspěvky
- Příspěvky státního a obecního rozpočtu, fondů a nadací (většinou v podobě grantů)
- Dary od občanů a firem
- Tržby z vlastní činnosti



# Fundraising (III)

- Definovat poslání organizace – stručně, jasně, výstižně, aby s ním byl srozuměn každý člen organizace a uměl ho reprodukovat.
- Určit konkrétní a měřitelné cíle – dárci bude jasné, že jsou dosažitelné.
- Vypracovat realizační a časový plán aktivit, na základě čehož se zpracuje roční rozpočet.
- Ověřit, zda naše organizace skutečně reaguje na potřeby ve společnosti.
- Uvažovat o zapojení dobrovolníků do fundraisingových akcí.
- Vybrat pro danou situaci nejvhodnější fundraisingové metody.
- Sestavit seznam možných zdrojů.
- Specifikovat okruh dárců.
- Požádat o dar.
- Informovat dárce o použití jeho daru.
- Snažit se o opakování/udržení či zvýšení daru.



# Fundraising (IV)

- Zvolit adekvátní vhodný přístup k poskytovateli příspěvku či podpory.
- Předem analyzovat/odhadnout motivy poskytovatele.
- Zvážit, co mohu já nabídnout jemu (nikoliv očekávat podporu a priori bez návratnosti).  
Pozn.: „*Nebavte se pořád jen o penězích*“.
- Osobní schůzka:
  - první dojem (avšak bez přetvářek),
  - otevřená komunikace (bez postranních úmyslů),
  - jedná se o partnerskou schůzku, nikoliv podřízeneckou (záleží na tom, kdo je iniciátorem,
  - dodržení cílů organizace, smyslu, etiky a morálky, bez rizika ztráty klimatu organizace atd. ...,
  - dojednání termínů a úkolů; pokud je závěr otevřený, pak řešte, co lze udělat pro další progres.



# Marketing

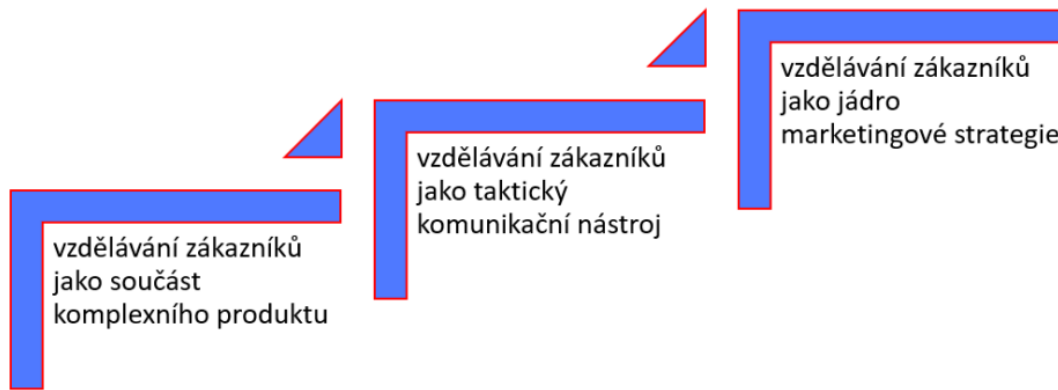
- Proces poznání potřeb/analýza potřeb/přání
- Proces ovlivňování potřeb/přání
- Proces naplnění/uspokojení potřeb/přání
- Marketingový plán
- Marketingový mix
  
- Product / Price / Promotion / Place



Uvědomění si totiž, že edukační marketing má potenciál doslova připoutat zákazníky k firmě, v našem případě organizaci.

Oblíbené jsou blogy, video blogy, podcasty (audio), e-booky, klasické semináře či online webináře, odborné skupiny na LinkedInu či jen chat či streamované video na Facebooku.

schopnost zákazníka zaujmout určitou přidanou hodnotou často jediným momentem, který danou firmu odlišuje od konkurence







# Řízení lidských zdrojů

- Personální stránka zahrnuje:
  - plán – potřeby, vize, zdroje, benefity
  - vyjasnění si relevantních kompetencí
  - oslovení a výběr lidských zdrojů
  - motivace lidských zdrojů, navození vhodného klimatu
  - možnost do vzdělávání, motivace k celoživotnímu vzdělávání, vlastnímu rozvoji
  - průběžná komunikace a řešení jednotlivých úkolů
  - systém odměňování, vidina růstu, očekávání/naplňování
  - průběžná kontrola
  - evidence, evaluace



# Řízení lidských zdrojů – evaluace

- Personální SWOT analýza
- Supervize
- Náslechy a kolegiální podpora
- Prevence nadměrné fluktuace – motivace, benefity
- Možnost uplatnění vlastních plánů, vizí, naplnění profesního sebeuplatnění



# Použité zdroje



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

**MS  
MT**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

**Děkuji za pozornost.**

**Kompetence leadera úspěšné školy**

CZ.02.3.68/0.0/0.0/16\_032/0008145