



KONSPEKT WARSZTATÓW DLA MŁODZIEŻY

Śląskie Forum Młodzieżowe — edycja II

Sfinansowano ze środków Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju
Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Programu Fundusz Młodzieżowy na lata 2022-
2033

ORGANIZATOR
IBP
INSTYTUT
ROZDZIENSKIEGO

FINANSOWANE



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI –
CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO

W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ MŁODZIEŻOWY NA LATA 2022–2033

PATRONAT
HONOROWY



PATRONAT
MEDALNY
**AKTYWNE
ŚLĄSKIE**



Spis treści

I. Spotkania merytoryczne	3
WARSZTATY PIERWSZE.....	4
WARSZTATY DRUGIE	11
WARSZTATY TRZECIE.....	16
WARSZTATY CZWARTE.....	22
WARSZTATY PIĄTE.....	27
EWALUACJA*	29
II. Materiały edukacyjne.....	29
III. Materiały ewaluacyjne.....	35



I. Spotkania merytoryczne

Cel spotkań

Głównym celem spotkań merytorycznych jest zapoznanie uczestników z zagadnieniami dotyczącymi samorządu terytorialnego, partycypacji społecznej, umiejętności i kompetencji leaderskich, umiejętności pracy w zespole, procesu komunikacji, przedsiębiorczości, zarządzania czasem, oraz sztuki argumentacji. Warsztaty poświęcone są rozwojowi wszystkich kompetencji, które istotne są z perspektywy czynnego uczestnika życia społecznego, który aktywnie chce włączać się w procesy decyzyjne w gminach. Dodatkowo warsztaty mają przygotować uczestników do samodzielnego zorganizowania konferencji, która będzie zwieńczeniem projektu i sprawdzianem, w którym młodzi ludzie, będą mogli sprawdzić swoje umiejętności w praktyce.



WARSZTATY PIERWSZE

Czym jest partycypacja obywatelska?

Temat	Czym jest partycypacja obywatelska?
Grupa docelowa	30 osób
Czas warsztatów	5 h (każdy warsztat)
Materiały	Laptop, rzutnik, prezentacja, flipchart, załączniki

1. Prowadzący wita się z grupą młodzieży, opowiadając o swoim doświadczeniu oraz przedstawiając im główne założenia projektu. Omówi informacje zawarte w poniższym opisie:

„Śląskie Forum Młodzieżowe — edycja II” to kompleksowy projekt dedykowany młodzieży z województwa śląskiego, mający na celu stworzenie platformy umożliwiającej im aktywny udział w życiu społecznym i politycznym regionu. Nasza inicjatywa zapewnia młodym ludziom możliwość bezpośredniego dialogu z lokalnymi decydentami oraz ekspertami, co pozwala na wymianę poglądów, rozwijanie świadomości obywatelskiej oraz kreowanie polityk publicznych dostosowanych do ich potrzeb i perspektyw. W ramach naszych działań planujemy organizację serii konferencji skierowanych do organizacji młodzieżowych, skupiających się na strategiach zwiększania ich zaangażowania w życie publiczne. Poprzez udział w tych wydarzeniach, młodzi ludzie będą mieli okazję poznać praktyczne



narzędzia i metody partycypacji społecznej oraz zdobyć umiejętności niezbędne do skutecznego uczestnictwa w procesach konsultacyjnych i decyzyjnych.

Na końcu prowadzący zaznacza, że projekt jest finansowany w ramach Funduszu Młodzieżowego i realizowany przez Instytut Roździeńskiego.

2. Po zapoznaniu uczestników z podstawowymi zagadnieniami projektu, prowadzący przechodzi do części merytorycznej. Posiłkuje się on wcześniej przygotowaną prezentacją multimedialną. W pierwszej kolejności pyta on uczestników, czym dla nich jest samorząd terytorialny, rozpoczynając „burzę mózgów”. Każde hasło podane przez uczestnika zapisuje na flipcharcie. Po zakończonej „burzy” komentuje on podane propozycje, a następnie wyświetla jedną wybraną definicję samorządu terytorialnego

samorząd terytorialny to organizacja społeczności lokalnej (gmina, powiat) lub regionalnej (województwo samorządowe) i jednocześnie forma administracji publicznej, w której mieszkańcy tworzą z mocy prawa wspólnotę i względnie samodzielnie decydują o realizacji zadań administracyjnych, wynikających z potrzeb tej wspólnoty na danym terytorium i dozwolonych samorządowi przez ustawy, pod określonym ustawowo nadzorem administracji rządowej.

Prowadzący zaznacza, że nie istnieje jedna uniwersalna definicja. Różne definicje, jakie można znaleźć w literaturze przedmiotu, akcentują różne aspekty samorządu. Zaznacza, że mimo to można wymienić pewne stałe elementy, którymi samorząd się charakteryzuje. Finalnie opisuje one cztery cechy konstytutywne samorządu terytorialnego

- a) *wspólnotowość*, w której to ukryta jest wcześniej wspomniana idea dobra wspólnego
- b) *solidarność*, która stanowi o uznaniu swojej współodpowiedzialności za wygląd gminy
- c) *autonomiczność*, dzięki której uznaje się samodzielność w rozwiązywaniu problemów
- d) *lokalność*, która odnosi się do bytu o charakterze miejscowym, czyli konkretnego miejsca na ziemi, bowiem wszelkie wyżej wymienione zasady muszą być częścią ładu politycznego połączonego z przestrzenią.



stowarzyszeń bądź ugrupowań, które mają zdolność do współpracy, samoorganizacji, samopomocy, troski i wolicjonalnego działania na rzecz dobra wspólnego. Jest to formacja niezależna wobec państwa, tworzona przez jednostki podzielające podobny system norm i wartości, których podstawą działania są solidarność, zaufanie, kooperacja, dialog, konsensus (Tomczyk 2018: 14)

oraz

„Społeczeństwo obywatelskie to przestrzeń obywatelska, zajmuje miejsce pośrednie między władzą państwową a sektorem prywatnym. To nie tutaj głosujemy i nie tutaj sprzedajemy, i kupujemy, lecz rozmawiamy z sąsiadami na temat przeprowadzania dzieci przez jezdnię, planujemy imprezę charytatywną na rzecz szkoły, zastanawiamy się, czy nasza parafia mogłaby utworzyć schronisko dla bezdomnych, organizujemy letnie zawody sportowe dla dzieci. [...] Społeczeństwo to tworzą z własnej woli swobodnie stowarzyszone jednostki i grupy dążące do wytworzenia wspólnej płaszczyzny działania” (Barber 2001: 360–361)

Dodatkowo przedstawia definicję partycypacji społecznej:

Partycypacja obywatelska – zespół działań i metod uczestnictwa obywateli w określaniu i rozwiązywaniu własnych problemów. Podstawą partycypacji jest uznanie legalności wybranej demokratycznie władzy i partnerstwo władz z grupami i organizacjami mieszkańców. Opiera się ona również na założeniu, że udział obywateli w zarządzaniu demokratycznym państwem nie powinien być ograniczony wyłącznie do udziału w wyborach (demokracja uczestnicząca).

5. Po omówieniu zagadnienia partycypacji społecznej prowadzący przechodzi do omówienia podstawowych informacji na temat pisania pism urzędowych. W pierwszej kolejności przedstawia zasady, do których należy się stosować podczas pisania jakiegokolwiek pisma czy podania. Korzysta z poniższych informacji.

Jak poprawnie skonstruować pismo urzędowe? Oto kilka dobrych rad:



- a) Ustal cel i strukturę — przed rozpoczęciem pisania określ cel, który chcesz osiągnąć. Czy to wnioski o przyznanie świadczeń, czy skarga dotycząca niewłaściwego postępowania, musisz wiedzieć, czego oczekujesz od odbiorcy. Następnie, zaplanuj czytelną strukturę – ze wstępem, treścią główną i zakończeniem.
- b) Zachowaj formalny styl — unikaj zbyt osobistych sformułowań i zachowaj profesjonalizm. Pamiętaj o szacunku wobec odbiorcy i używaj zwrotów grzecznościowych.
- c) Bądź precyzyjny i zwięzły — unikaj niejasnych sformułowań i dwuznaczności. Formułuj swoje zdania jasno i zwięźle. Jeśli musisz użyć specjalistycznego terminu, wyjaśnij go w sposób zrozumiały dla osób spoza danej branży.
- d) Unikaj błędów ortograficznych i gramatycznych — błędy językowe osłabiają Twój wizerunek i negatywnie wpływają na odbiór pisma. Sprawdzaj pisownię słów i stosuj odpowiednie zasady gramatyczne. Możesz skorzystać z bezpłatnych edytorów tekstu lub poprosić kogoś o sprawdzenie Twojego tekstu przed wysłaniem.
- e) Dbaj o spójność i logiczność — upewnij się, że informacje, jakie przekazujesz, są uporządkowane w logiczny sposób i że wszystkie istotne aspekty zostały uwzględnione. Staraj się utrzymać jednolity styl i ton w całym tekście.
- f) Uwzględnij wszystkie niezbędne informacje — pamiętaj o numerach spraw czy opisie dokumentów, na które się powołujesz. Nie zapomnij o podaniu danych kontaktowych, dat i wszelkich innych informacjach, które mogą być istotne dla rozstrzygnięcia sprawy.
- g) Staraj się pisać uprzejmie — unikaj używania obraźliwych lub agresywnych sformułowań. Nigdy nie pisz pod wpływem emocji. Ochłoń i zadбай o profesjonalny ton oraz szacunek dla odbiorcy.

6. Po omówieniu podstawowych zasad, prowadzący przechodzi do zaprezentowania ogólnej struktury formułowania oficjalnych pism. Przy każdym elemencie stara się zostawić komentarz lub przykład, aby lepiej zobrazować całą strukturę. Korzysta z poniżej grafiki:



The diagram shows a formal letter template with the following labeled sections:

- miejsce i data**: Location and date (top right)
- dane wnioskodawcy**: Applicant's data (top left)
- znaki powoławcze**: Reference marks (middle left)
- dane adresata**: Addressee's data (middle right)
- tytuł**: Title (below addressee data)
- treść dokumentu**: Document content (large central box)
- podpis**: Signature (bottom right)
- załączniki**: Attachments (bottom left)

Źródło: Jak napisać pismo urzędowe? – Wzór, <https://wzory-pisma.pl/jak-napisac-pismo-urzedowe/>

- Następnie prowadzący przechodzi do omówienia najczęstszych błędów, jakie popełnia się przy tworzeniu oficjalnych pism oraz wiadomości e-mail. Nawiązuje do tego, że skuteczność działań lokalnych liderów powinna być widoczna na każdym kroku ich działalności, w szczególności zaś przy oficjalnych aspektach. Prowadzący posługuje się poniższymi informacjami:



Do najczęstszych błędów zaliczamy:

- a) Błędy ortograficzne, interpunkcyjne i stylistyczne — teksty urzędowe powinny być sporządzone poprawną polszczyzną, nie zawierać błędów ortograficznych i być zgodne z zasadami języka polskiego. W oficjalnych pismach urzędowych nie ma miejsca na błędy językowe. Jeśli reguły języka polskiego i poprawnego redagowania tekstu przysparzają nam problemy, warto się rozejrzeć za szkoleniem z redagowania pism urzędowych. Są to nie tylko czyste szkolenia językowe, ale i ćwiczenia z logicznego konstruowania treści pisma. Szczególnie rażąca jest sytuacja, gdy przykłady błędów dotyczą pracowników administracji publicznej. W tym przypadku może to podważać autorytet całej instytucji.
- b) Lekceważenie zasad savoir-vivre — w kontekście tekstów pism urzędowych jako savoir-vivre rozumiemy nie tylko użycie odpowiednich zwrotów grzecznościowych, ale i zachowanie przejrzystości tekstu oraz schludnego wyglądu pisma. Niedopuszczalne jest np. wysłanie pisma, noszącego ślady korektora, plam lub odręcznych dopisków. Język pism urzędowych, nawet w formie elektronicznej, pozostaje neutralny i pozbawiony emocji. Nie należy więc używać wykrzykników, znaków zapytania, czy emotikonów. Podobnie niekulturalne jest pisanie całych słów dużą literą (w komunikacji elektronicznej jest to przyjmowane za krzykzenie). Pisząc imię i nazwisko naszego adresata, nie pomijamy zwrotów grzecznościowych „Szanowny Panie” lub „Szanowna Pani”. Jeśli nasz odbiorca to instytucja lub grupa osób, zwracamy się „Szanowni Państwo”.
- c) Używanie trudnego języka lub nacechowanego emocjonalnie — w urzędowych pismach im prościej sformułujemy naszą sprawę, tym lepiej. Używanie prostego języka także zalicza się do komunikacyjnego savoir-vivre. Jak już wspomnieliśmy, pismo urzędowe pisane jest w sposób neutralny. Używanie więc słów odbieranych w sposób jednoznacznie pejoratywny lub pozytywny nie jest na miejscu (np. użycie słowa „rudera” zamiast „budynek przeznaczony do rozbiórki”). Uproszczenie języka urzędowego jest istotne jednakowo, kiedy odbiorcą jest urząd, jak i w przypadku, gdy urząd zwraca się do klienta. Unikamy wtedy niepotrzebnych nieporozumień.
- d) Brak prawidłowej struktury dokumentu — częstym błędem pism urzędowych jest pomijanie ich obowiązkowych części składowych, wbrew ogólnie przyjętej formie. Niezbędne elementy pisma urzędowego to oczywiście dane nadawcy, łącznie z danymi do kontaktu, data i miejsce sporządzenia pisma. Kolejnym elementem, którego nie można zaniedbać, są oczywiście informacje dotyczące odbiorcy danego pisma. Jeśli nasze pismo nawiązuje do sprawy będącej już



w toku, należy to zaznaczyć, na samym początku (np. „Nawiązując do pisma z dnia”, „odnosząc się do rozmowy z dnia...”). Po przedstawieniu naszej sprawy za pomocą prostego języka należy na samym końcu złożyć swój podpis, najlepiej odręczny. Pisma urzędowe powinny być podpisane, w przeciwnym razie nie są ważne.

8. Następnie prowadzący zaprasza wszystkich do praktycznego ćwiczenia, które będzie polegało na pracy w grupach. Tworzy on grupy 3-4 osobowe, a następnie każda z nich ma 15 minut na stworzenie przykładowego oficjalnego pisma na temat wybranego problemu. Po opracowaniu pism grupy prezentują to co udało im się stworzyć, a następnie omawiając wypracowane rezultaty.
9. Po ostatnim ćwiczeniu prowadzący zamyka warsztat. Dziękuje wszystkim uczestnikom za udział, podsumowuje wypracowane informacje i ćwiczenia oraz pyta uczestników o ich ocenę warsztatów. Końcowa ewaluacja może odbyć się za pomocą krótkiej rozmowy lub prowadzący może poprosić o wypisanie mocnych i słabych stron szkolenia na osobnych kartkach. Po ewaluacji oficjalnie następuje zakończenie pierwszej części warsztatów.



WARSZTATY DRUGIE

Warsztaty kompetencyjne z wykorzystaniem gier szkoleniowych i kart metaforycznych

Temat	Warsztaty kompetencyjne z wykorzystaniem gier szkoleniowych i kart metaforycznych
Grupa docelowa	30 osób
Czas warsztatów	5 h (każdy warsztat)
Materiały	Laptop, rzutnik, prezentacja, flipchart, załączniki, karty metaforyczne

1. Prowadzący wita się z uczestnikami, a następnie podsumowuje poprzednie spotkanie. Zwraca uwagę na najważniejsze punkty. Wspomina definicję samorządu terytorialnego, społeczeństwa obywatelskiego oraz partycypacji społecznej. Może również skorzystać z burzy mózgów, pytając uczestników o najważniejsze elementy oficjalnych pism.



2. Po podsumowaniu prowadzący przechodzi do opisanego planu na drugie warsztaty. W pierwszej kolejności pyta uczestników o kompetencje, które są przydatne podczas działalności liderkiej. W szczególności zwraca uwagę na zarządzanie czasem oraz pracę w zespole.
3. Prowadzący ponownie rozpoczyna burzę mózgów, pytając o to, co jest istotne w umiejętnym zarządzaniu czasem. Kiedy uczestnicy wyczerpią już swoje pomysły, przedstawia im narzędzie, które pozwala na efektywniejsze planowanie zadań — macierz Eisenhowera. Posługuje się poniższą grafiką oraz definicją:

Macierz Eisenhowera (Macierz, Kwadrat Eisenhowera), to jedna z popularnych koncepcji świadomego zarządzania sobą w czasie. Służy do analizy i oceny własnych działań w kontekście produktywności. Jest to również narzędzie do planowania i ustalania priorytetów, z punktu widzenia ich ważności i pilności. Umożliwia podejmowanie lepszych i trafniejszych wyborów oraz decyzji co do podejmowanych aktywności. Matrycy można również używać do wyznaczania priorytetów pracy zespołu lub zadań w ramach realizacji większych projektów biznesowych. (Mariusz Tomaszewski).



	PILNE	NIEPILNE
WAŻNE	I  • sprawy naglące • sprawy „na wczoraj” • sytuacje kryzysowe	II  • zapobieganie • planowanie • rekreacja • szukanie możliwości • budowanie relacji
NIEWAŻNE	III  • niektóre telefony • błahe sprawy naglące • niektóre spotkania	IV  • przyjemności • złodzieje czasu • niektóre e-maile www.krystianmularczyk.com

Źródło: <https://krystianmularczyk.com/>

4. Po omówieniu zarządzaniu czasem, prowadzący skupia uwagę uczestników na umiejętnościach komunikacyjnych. W pierwszej kolejności przedstawia różnice między komunikacją werbalną i niewerbalną. Może skorzystać z poniższej grafiki:



→ KOMUNIKACJA SPOŁECZNA INTERPERSONALNA

NIEWERBALNA

- głos
- gesty
- mimika
- postawa ciała itp.



WERBALNA

- słowa, mowa
- aktywne słuchanie



Źródło: <https://www.katarzynapluska.pl/>

5. Prowadzący następnie opisuje proces komunikacji. Zwraca uwagę na wszystkie elementy oraz szумы komunikacyjne. Skupia swoją uwagę na:

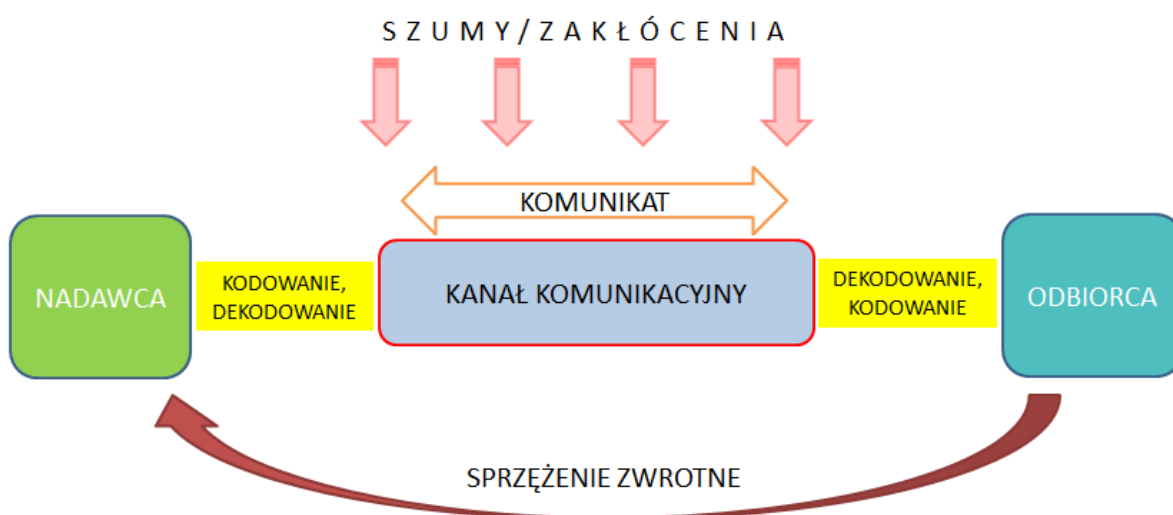
Komunikacja to proces mający na celu spowodowanie u odbiorcy informacji zmiany świadomości zamierzonej przez nadawcę. Na komunikację składają się następujące działania: zakodowanie myśli przez nadawcę, nadanie nośnika (fizyczne przekazanie go odbiorcy poprzez kanał formalny lub nieformalny), odebranie nośnika poprzez odbiorcę komunikatu odtworzenie treści informacji



(dekodowanie). Sprzężenie zwrotne Nadawca inicjuje komunikat przez zakodowanie pewnej myśli. Komunikat jest fizycznym wynikiem kodowania przez nadawcę. Komunikatem jest mowa, pismo, gestykulacja (np. ruch ramion). Kanał jest środkiem, poprzez który komunikat wędruje. Odbiorca jest adresatem komunikatu. Zanim jednak będzie mógł odebrać komunikat, symbole powinny być zrozumiałe. Tym etapem jest proces dekodowania (Encyklopedia zarządzania).

6. Następnie prowadzący skupia się na szumach komunikacyjnych. Tłumaczy, że:

Proces komunikacji (przekazywania informacji) napotyka często na różnego rodzaju bariery prowadzące do zniekształcenia treści. Po pierwsze może nastąpić nieprawidłowy dobór nośnika, który powinien być związany z treścią informacji oraz możliwościami nadawczymi i odbiorczymi obu partnerów. Od nośnika zależy tempo przekazywania informacji, czas potrzebny na uzyskanie odpowiedzi, trwałość zapisu, itp. Kolejnym zagadnieniem są ograniczenia percepcyjne odbiorcy i możliwości nadawcy informacji, mają tu wpływ aspekty psychologiczne, takie jak ograniczenia ludzkiego mózgu (odnośnie szybkości odbierania i interpretacji informacji, ograniczenia gromadzenia informacji w pamięci itp.), problemy interpersonalne, itp. (Encyklopedia zarządzania).





Źródło: P. Zychowicz, Po co w obsłudze klienta modele komunikacyjne?
<https://pl.linkedin.com/pulse/po-co-w-obs%C5%82udze-klienta-modele-komunikacyjne-piotr-w-zychowicz>

7. Po omówieniu szumów komunikacyjnych, prowadzący kończy część teoretyczną, a następnie przechodzi do części praktycznej, którą będzie gra przy wykorzystaniu kart metaforycznych. W pierwszej kolejności tłumaczy czym one są:

Karty metaforyczne opierają się na metaforze, która nadaje nowe znaczenie słowu, wyrażeniu czy obrazowi poprzez odniesienie do innej rzeczy lub zjawiska. Dzięki metaforze dosłowne znaczenie konstruktów nabiera nowego sensu. Karty metaforyczne wykorzystaj podczas zajęć integracyjnych z grupą. Poproś, by każdy wybrał kartę, z którą najbardziej się utożsamia. Po tym jak karty znajdą swoich właścicieli, chętne osoby opowiadają, dlaczego wybrały konkretną kartę, odnosząc się do obrazu z karty i własnej osoby.

8. Po ostatnim ćwiczeniu prowadzący zamyka warsztat. Dziękuje wszystkim uczestnikom za udział, podsumowuje wypracowane informacje i ćwiczenia oraz pyta uczestników o ich ocenę warsztatów. Końcowa ewaluacja może odbyć się za pomocą krótkiej rozmowy lub prowadzący może poprosić o wypisanie mocnych i słabych stron szkolenia na osobnych kartkach. Po ewaluacji oficjalnie następuje zakończenie pierwszej części warsztatów.



WARSZTATY TRZECIE

Warsztaty liderkie: argumentacja, autoprezentacja, erystyka i retoryka.

Temat	Warsztaty liderkie: argumentacja, autoprezentacja, erystyka i retoryka.
Grupa docelowa	30 osób
Czas warsztatów	5 h (każdy warsztat)
Materiały	Laptop, rzutnik, prezentacja, flipchart, załączniki

1. Prowadzący wita uczestników po krótkiej przerwie, a następnie robi krótki wstęp dotyczący tej części zajęć. Na początku prowadzący zaprasza do burzy mózgów. Zadaje pytanie kim jest lider i jakie kompetencje powinien posiadać. Uczestnicy podają hasła, a prowadzący zapisuje je na flipcharcie. Po zapisaniu wszystkich pomysłów omawia je z uczestnikami. Ważne, aby wśród nich znalazły się poniższe cechy (jeśli uczestnicy ich nie wymieniają, prowadzący o nich wspomina)



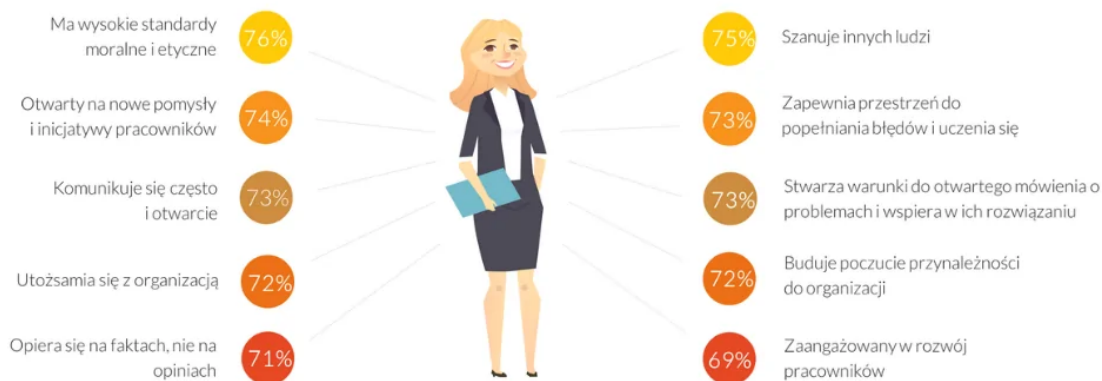
- zdolność do motywowania,
- umiejętność nagradzania oraz trafnego krytykowania,
- zrozumienie i komunikacja,
- zarządzanie,
- kontrolowanie,
- organizowanie,
- wyznaczanie celów,
- umysł analityczny,
- strategiczne podejście do realizowanych czynności,
- dostrzeganie wad i zalet (wśród ludzi, projektów, produktów, usług),
- szacunek do pracy i ludzi.

2. Prowadzący tłumaczy uczestnikom, że bycie liderem to odpowiedzialna funkcja. Zgodnie z definicją lider to osoba lub organizacja przewodząca, stojąca na czele danej grupy. Cechą charakterystyczną lidera jest to, że ludzie lub organizacje same chcą go naśladować oraz łatwo poddają się jego przywództwu. Prowadzący akcentuje to, że bycie liderem jest dwukierunkowe; należy pamiętać o tym jak lider wpływa na grupę oraz jak ta sama grupa wpływa na lidera. Zadaje pytanie uczestnikom, czego najczęściej można oczekiwać od lidera? Po przeanalizowaniu odpowiedzi uczestników, prowadzący przedstawia poniższą grafikę i ją omawia



TOP 10 oczekiwań wobec lidera

Jak powinien pracować lider na co dzień



Wskaźnik współczynnika korelacji Pearsona pomiędzy oceną lidera a środowiskiem pracy.

Źródło: P. Dąbrowska, Czym pokonać konkurencję na rynku pracy?
<https://leanpassion.pl/blog/czym-pokonac-konkurencje-na-ryнку-pracy/>

3. Po omówieniu podstawowych zagadnień prowadzący przechodzi do omówienia autoprezentacji. Zaznacza, że:

Autoprezentacja, inaczej „elevator pitch”, to okazja do szybkiego zaprezentowania swoich kompetencji lub produktów. Jednak taka prezentacja może również być Twoją szansą na nawiązanie głębszej relacji, którą wykorzystasz w przyszłości. Nie zawsze niesie ona za sobą natychmiastową korzyść, jednak dobrze jest przygotować się na każdą okazję, w której będziesz wygłaszać prezentację. W rzeczywistości, większość z nas miała styczność z autoprezentacją, często nie zdając sobie z tego nawet sprawy. To dlatego, że istnieje wiele typów prezentacji – począwszy od rozmów o pracę, po przedstawianie nowych możliwości



biznesowych. Przygotowanie się do autoprezentacji stanowi ważny krok na drodze do zareklamowania siebie i swojej firmy.

4. Następnie prowadzący omawia podstawowe zasady autoprezentacji:

- a) Utrzymywanie pozytywnego wizerunku — staraj się być pozytywny i przyjazny w kontaktach z innymi ludźmi. Uśmiech i otwarte podejście mogą pomóc w budowaniu dobrej reputacji.
- b) Komunikacja werbalna i niewerbalna — dobrze dobrany język ciała i ton głosu mogą wpłynąć na sposób, w jaki jesteś postrzegany. Staraj się być pewny siebie i wyraźny w swoich komunikatach.
- c) Znajomość siebie — ważne jest, abyś znał swoje mocne strony, słabości i cele. To pozwoli ci lepiej się prezentować, podkreślając swoje atuty i pracując nad obszarami wymagającymi poprawy.
- d) Dopasowanie do sytuacji — w zależności od kontekstu i otoczenia, dostosuj swoje zachowanie i styl komunikacji. To oznacza, że będziesz elastyczny i potrafisz dostosować się do różnych sytuacji.
- e) Słuchanie — autoprezentacja nie polega tylko na mówieniu o sobie. Ważne jest także słuchanie innych i okazywanie zainteresowania ich myślami i uczuciami.
- f) Wygląd zewnętrzny — wizualny aspekt również ma znaczenie. Dbaj o swój strój, higienę osobistą i ogólny wygląd, aby sprawiać dobre wrażenie.
- g) Autentyczność — staraj się być sobą. Ludzie szybko wyczują, gdy ktoś próbuje być kimś innym, niż jest naprawdę. Pamiętaj, że autentyczność buduje zaufanie i pozwala na lepszą relację z innymi.
- h) Umiejętność prezentacji — ćwicz swoje umiejętności prezentacyjne, aby czuć się pewnie w sytuacjach, gdy musisz zaprezentować siebie lub swoje pomysły publicznie.

5. Prowadzący zwraca szczególną uwagę na kwestie związane z mową. Tłumaczy, że sztuka argumentacji i płynność wywodu jest bardzo istotna z perspektywy próby przekonywania innych do swojego zdania lub samej autoprezentacji. Zaznacza główne błędy argumentacyjne, jakie można popełnić:

- a) wadliwa generalizacja (pochopne uogólnienie) — polega na objęciu konkluzją terenu obszerniejszego, niż pozwalają na to informacje zawarte w przesłankach.
- b) brak związku logicznego — mamy z nim do czynienia, kiedy łamiemy podstawowe zasady logiki.



- c) błędy związku przyczynowego — w poprawnych rozumowaniach odwołujących się do związku przyczynowo-skutkowego przewidujemy skutek, gdy obecna jest przyczyna. Częstym błędem jest wnioskowanie o przyczynie na podstawie skutku
 - d) równia pochyła — dotyczy takich rozumowań, w których dowodzi się, że przyjęcie pierwszego kroku zmusza do uczynienia drugiego, to z kolei do trzeciego, itd., co w końcu zaowocuje konsekwencjami tragicznymi, niepożądanymi, nieetycznymi, itp.
 - e) argumentum ad verecundiam — pozamerytoryczny sposób argumentowania polegający na powoływaniu się na jakiś autorytet, którego druga strona nie uznaje lub z którym nie zgadza się w danej kwestii, ale nie śmie go zakwestionować wskutek skrępowania poczuciem szacunku lub obawą narażenia się na zarzut zarozumiałości.
 - f) niejasność i wieloznaczność — Większość terminów języka naturalnego to terminy nieostre — nie dysponujemy precyzyjnym kryterium rozstrzygającym bez wątpliwości, do jakich odniesień dany termin się stosuje. Jeśli fakt nieostrości pełni istotną rolę w ocenie argumentu, to nie ma pewności, czy ocena ta jest rzetelna. Źródłem wieloznaczności może być homonimia lub różne usterki składniowe. Z błędem wieloznaczności w argumentacji mamy do czynienia wtedy, gdy wieloznaczność nie zostaje zauważona, a ma wpływ na ocenę argumentu.
 - g) błędne koło — z błędnym kołem w dowodzeniu (circulus in probando, petitio principii) mamy do czynienia wtedy, gdy dowodzona teza jest jednocześnie zakładana jako przesłanka.
6. Prowadzący zaprasza uczestników do ćwiczenia, w którym będą mogli sprawdzić, jak klasyfikują się ich umiejętności przywódcze. W ćwiczeniu każdy z uczestników otrzymuje załącznik trzeci (Siatka kierownicza wg Blake'a i Moutona). Zadanie polega na odpowiedzeniu na pytania, które zawarte są w kwestionariuszu. Następnie sumują oni uzyskane punkty i nanoszą swój wynik na macierz, która zamieszczona jest pod kwestionariuszem.
7. Prowadzący po zakończeniu uzupełniania kwestionariuszy przez uczestników komentuje ich wyniki, tłumacząc 4 rodzaje zarządzania w kontekście bycia liderem grupy. Prowadzący wspomaga się poniższą grafiką:



- 


















INSTYTUT RÓŻNOŚCIŃSKI
KOMITET DO SPRAW POZYTYWNEGO PUBLICZNEGO
NIK
Fundusz Młodzieży
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI
WOJCIBODA ŚLĄSKI

SPINANO W ZŁOŻENIE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI
 CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDALNOŚCI

W RAMACH SZKOLENIA DLA UCZESTNIKÓW WYKONANO W 2015-2016



WARSZTATY CZWARTE

Niezbędnik Lidera: warsztaty z zakresu podstaw ekonomii i przedsiębiorczości oraz promocji.

Temat	Niezbędnik Lidera: warsztaty z zakresu podstaw ekonomii i przedsiębiorczości oraz promocji.
Grupa docelowa	30 osób
Czas warsztatów	5 h (każdy warsztat)
Materiały	Laptop, rzutnik, prezentacja, flipchart, załączniki, mazaki, pisaki, kredki

1. Prowadzący wita uczestników po krótkiej przerwie, a następnie robi krótki wstęp dotyczący tej części zajęć. Na początku prowadzący zaprasza do burzy mózgów. Zadaje pytanie co jest najważniejsze podczas promocji siebie jako lidera i swoich projektów. Uczestnicy podają hasła, a prowadzący zapisuje je na flipcharcie. Po zapisaniu wszystkich pomysłów omawia je z uczestnikami.
2. Po przeprowadzeniu burzy mózgów prowadzący dzieli uczestników na cztery grupy, a następnie prosi, aby każda grupa przygotowała plakaty (używając do tego papieru



z flipchart) dotyczące zasad promocji działań przez różne kanały komunikacyjne. Ważne, aby poruszone zostały następujące kwestie:

- a) Zdefiniuj cel swojej promocji — określ, co chcesz osiągnąć poprzez promocję swoich działań projektowych. Czy chcesz zwiększyć świadomość, zdobyć nowych uczestników, pozyskać fundusze, czy może coś innego?
 - b) Zrozum swoją grupę docelową — zidentyfikuj, kto jest Twoją grupą docelową i jakie są ich potrzeby oraz preferencje komunikacyjne.
 - c) Dopasuj swoje komunikaty i kanały promocji do odbiorców. Stwórz spójną markę — utrzymuj spójność wizualną i treściową we wszystkich materiałach promocyjnych, aby budować rozpoznawalność marki i wiarygodność.
 - d) Wykorzystaj różnorodne kanały komunikacji — wybierz odpowiednie kanały komunikacji, aby dotrzeć do swojej grupy docelowej. Może to być marketing internetowy, media społecznościowe, e-mail marketing, materiały drukowane, konferencje, prezentacje, itp.
 - e) Twórz wartościowe treści — dostarczaj treści, które są interesujące, wartościowe i angażujące dla Twojej grupy docelowej. Może to być w formie artykułów, filmów, infografik, czy też webinarów.
 - f) Angażuj się z odbiorcami — bądź aktywny w dialogu z Twoją grupą docelową. Odpowiadaj na pytania, reaguj na komentarze i feedback. To pomoże budować zaangażowanie i lojalność.
 - g) Mierz wyniki — regularnie monitoruj skuteczność Twoich działań promocyjnych i dokonuj analizy danych, aby zrozumieć, co działa najlepiej, a co wymaga poprawy. To pozwoli Ci dostosować strategię promocyjną w czasie rzeczywistym.
 - h) Bądź elastyczny — bądź gotowy do dostosowania swojej strategii promocyjnej w zależności od zmieniających się warunków i reakcji grupy docelowej.
3. Po przedstawieniu swoich plakatów oraz krótkim omówieniu, prowadzący przechodzi do zagadnienia przedsiębiorczości. W pierwszej kolejności przedstawia definicję przedsiębiorczości oraz rozszerza w kontekście prowadzenia działań liderek:



Przedsiębiorczość — to cecha działania zmierzającego do zapewnienia racjonalnej i efektywnej koordynacji zasobów gospodarczych firmy. W praktyce pojęcie przedsiębiorczość rozumiane jest jako forma pracy lub jako czwarty (obok pracy, ziemi i kapitału) czynnik produkcji. Główne cechy przedsiębiorców to przede wszystkim umiejętność dostrzegania potrzeb i doskonalenia pomysłów, zdolności do wykorzystywania nadarzających się okazji oraz gotowość do podejmowania ryzyka. (Encyklopedia Zarządzania).

Prowadzący dodaje również, że:

Kompetencje w zakresie przedsiębiorczości odnoszą się do zdolności do działania na podstawie możliwości i przekształcania pomysłów w działania, które ma wartość dla innych. Obejmuje to podejmowanie inicjatywy, kreatywność, innowacyjność, krytyczne myślenie i rozwiązywanie problemów. Wymaga to umiejętności współpracy i planowania projektów o kulturalnych, społecznych lub finansowych.

4. Następnie Prowadzący wchodzi w dyskusję z uczestnikami na temat tego, jakie cechy można przypisać osobom przedsiębiorczym, a jakie tym, które nimi nie są. Prowadzący korzysta z poniższej grafiki, rozwijając każdy z punktów, prosząc również o komentarze ze strony uczestników:



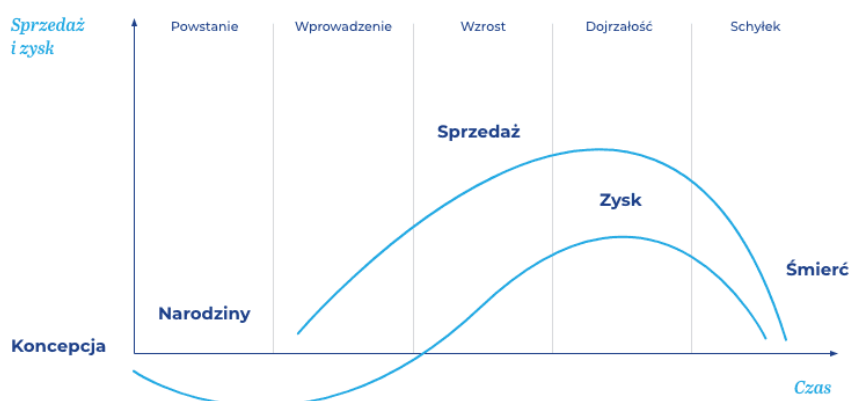
PRZED-SIĘ-BIORCA	ANTY
- jest aktywny, albo można nawet powiedzieć proaktywny - sam organizuje sobie stanowisko pracy, nawet jeśli jest czymś pracownikiem - ciągle się uczy - podejmuje odpowiedzialność za to, co robi - w innych osobach widzi potencjalnych partnerów - jego nastawienie powiększa strefę wpływu („coraz więcej ode mnie zależy”) - co najważniejsze: ma poczucie spełnienia i maksymalnego wykorzystywania swoich talentów	- robi tylko to, co ktoś mu każe - oczekuje, że państwo powinno zapewnić mu zatrudnienie, a jak już ma pracę, to narzeka na ograniczenia, trudności, wymagania, itp. - ma przekonanie, że formalne wykształcenie zapewni mu dobrą pracę (to po co się jeszcze uczyć?) - nie chce podejmować odpowiedzialność, bo ma poczucie, że za wszystko co robi i tak odpowiada jego pracodawca - w innych osobach widzi potencjalnych konkurentów - jego nastawienie pomniejsza strefę wpływu („coraz mniej ode mnie zależy”) - jest ciągle sfrustrowany i narzeka

Źródło: M. Czakon, Co to znaczy być przedsiębiorczym i dlaczego jest to konieczny warunek bycia skutecznym? <https://jakdzialacskutecznie.pl/co-to-znaczy-byc-przedsiębiorczym/>



5. Po opisaniu cech osoby przedsiębiorczej prowadzący przechodzi do omówienia zagadnienia „cyklu życia produktu” w kontekście działań prowadzonych przez liderów. Zaznacza, że podejmowane działania mają swój termin przydatności i nie można oczekiwać ciągłego zainteresowania ze strony odbiorców. Podczas tłumaczenia, prowadzący korzysta z poniższego wykresu:

CYKL ŻYCIA PRODUKTU



Źródło: M. Cyrek, Cykl życia produktu – o czym warto pamiętać?

<https://cyrekdigital.com/pl/baza-wiedzy/cykl-zycia-produktu/>

6. Po ostatnim ćwiczeniu prowadzący zamyka warsztat. Dziękuje wszystkim uczestnikom za udział, podsumowuje wypracowane informacje i ćwiczenia oraz pyta uczestników



o ich ocenę warsztatów. Końcowa ewaluacja może odbyć się za pomocą krótkiej rozmowy lub prowadzący może poprosić o wypisanie mocnych i słabych stron szkolenia na osobnych kartkach. Po ewaluacji oficjalnie następuje zakończenie czwartej części warsztatów.



WARSZTATY PIĄTE

Warsztaty przygotowawcze konferencji młodzieżowej

Temat	Warsztaty przygotowawcze konferencji młodzieżowej
Grupa docelowa	30 osób
Czas warsztatów	5 h (każdy warsztat)
Materiały	Laptop, rzutnik, prezentacja, flipchart, załączniki

1. Prowadzący wita uczestników po krótkiej przerwie, a następnie robi krótki wstęp dotyczący tej części zajęć. Na początku prowadzący zaprasza do burzy mózgów. Zadaje pytanie co jest najważniejsze podczas tworzenia konferencji. Uczestnicy podają hasła, a prowadzący zapisuje je na flipcharcie. Po zapisaniu wszystkich pomysłów omawia je z uczestnikami.
2. Następnie prowadzący rozpoczyna debatę o tym, w jaki sposób będzie wyglądała współpraca między nim a uczestnikami (uczestnicy zobligowani są do zorganizowania konferencji. W pierwszej kolejności informuje on o rolach i osobach odpowiedzialnych, które będą musiały zostać wyznaczone:
 - kierownik,
 - techniczny,



- osoba odpowiedzialna za catering,
- osobowa odpowiedzialna za papierologię,
- osoba odpowiedzialna za zaproszenie gości,
- osoba odpowiedzialna za prowadzenie konferencji.

3. Po podziale zadań, prowadzący zaprasza uczestników do wykonania analizy SWOT (załączniki), która pozwoli im nauczyć się korzystania z tego narzędzia oraz dodatkowo ułatwi organizowanie konferencji. Prowadzący zaznacza, że:

SWOT – popularna heurystyczna technika służąca do porządkowania i analizy informacji. Nazwa jest akronimem od angielskich słów określających cztery elementy składowe analizy (Strengths – silne strony, Weaknesses – słabe strony, Opportunities – szanse, okazje i Threats – zagrożenia). W zarządzaniu analiza SWOT jest stosowana do analizy wewnętrznego i zewnętrznego otoczenia organizacji, a także analizy projektu czy rozwiązania biznesowego. Jest stosowana jako uniwersalne narzędzie pierwszego etapu analizy strategicznej. Pozwala wykorzystać zgromadzone informacje do opracowania strategii działania opartej na silnych stronach i szansach, przy jednoczesnym eliminowaniu bądź ograniczaniu słabych stron i zagrożeń.

4. Po przeprowadzeniu ćwiczenia prowadzący przechodzi do stworzenia wraz z uczestnikami szczegółowej listy, gdzie zapisane zostaną wszystkie najważniejsze elementy, techniczne i merytoryczne, które będzie trzeba przygotować.
5. Po ostatnim ćwiczeniu prowadzący zamyka warsztat. Dziękuje wszystkim uczestnikom za udział, podsumowuje wypracowane informacje i ćwiczenia oraz pyta uczestników o ich ocenę warsztatów. Końcowa ewaluacja może odbyć się za pomocą krótkiej rozmowy lub prowadzący może poprosić o wypisanie mocnych i słabych stron szkolenia



na osobnych kartkach. Po ewaluacji oficjalnie następuje zakończenie piątej części warsztatów.



EWALUACJA*

Ogólna informacja na temat przeprowadzenia ewaluacji

Podstawowym założeniem projektu jest bieżąca ewaluacja, która powinna odbywać się na zakończenie każdego spotkania warsztatowego. Można przeprowadzać ją w dowolnej formie np.: z użyciem koła ewaluacyjnego, poprzez rozmowę, spisanie mocnych i słabych stron warsztatów na kartkach etc. To od prowadzącego zależy jaką formę wybierze. Ważne jest, aby ewaluacja przeprowadzona została za każdym razem. Jako dodatek w poradniku zostały zamieszczone dwie ankiety ewaluacyjne: ex ante i ex post. Mogą one zostać również wykorzystane. Wtedy prowadzący pierwszą z nich rozdaje i prosi o uzupełnienie na pierwszych warsztatach, a drugą daje uczestnikom na ostatnich zajęciach. Należy jednak pamiętać, że ankiety służą jako dodatek do ewaluacji projektu, a nie jako ona sama.



II. Materiały edukacyjne

(Załącznik nr 1) Siatka kierownicza wg Blake'a i Moutona. Kwestionariusz samooceny przywództwa

Poniżej znajduje się lista stwierdzeń na temat zachowań przywódczych. Przeczytaj uważnie każde z nich, a następnie, używając następującej skali, zdecyduj, w jakim stopniu faktycznie odnosi się do ciebie. Aby uzyskać najlepsze wyniki, odpowiedz tak dobrze, jak to możliwe.

nigdy						zawsze
0	1	2	3	4	5	

1. _____ Zachęcam mój zespół do uczestnictwa w procesie decyzyjnym, gdy przychodzi czas podejmowania decyzji, staram się wdrażać ich pomysły i sugestie.
2. _____ Nic nie jest ważniejsze niż osiągnięcie celu lub zadania.
3. _____ Ściśle monitoruję harmonogram, aby upewnić się, że zadanie lub projekt zostaną ukończone na czas.
4. _____ Lubię szkolić ludzi w zakresie nowych zadań i procedur.
5. _____ Im bardziej wymagające jest zadanie, tym bardziej mi się to podoba.
6. _____ Zachęcam moich pracowników do kreatywnego podejścia w pracy.
7. _____ W przypadku złożonego zadania aż do jego ukończenia, upewniam się, że wszystko idzie dobrze i każdy szczegół jest dopracowany.
8. _____ Nie mam problemów z wykonywaniem kilku skomplikowanych zadań jednocześnie.
9. _____ Lubię czytać artykuły, książki i czasopisma na temat szkoleń, przywództwa i psychologii oraz wprowadzać w życie to, co przeczytałem/łam.
10. _____ Poprawiając błędy, nie martwię się o zniszczenie/ zakłócenie relacji.



11. _____ Bardzo efektywnie zarządzam swoim czasem.
12. _____ Lubię wyjaśniać zawiłości i szczegóły złożonego zadania lub projektu moim pracownikom.
13. _____ Dzielenie dużych projektów na małe, łatwe do wykonania zadania jest dla mnie drugą naturą.
14. _____ Nic nie jest ważniejsze niż zbudowanie wspaniałego zespołu.
15. _____ Lubię analizować problemy.
16. _____ Szanuję granice innych ludzi.
17. _____ Doradzanie współpracownikom, w celu poprawy wydajności lub zachowania, jest dla mnie drugą naturą.
18. _____ Lubię czytać artykuły, książki i czasopisma branżowe związane z działaniami, które podejmuję oraz wdrażać w życie nowe procedury, których się nauczyłem.

OBLICZANIE PUNKTACJI

Po wypełnieniu kwestionariusza przenieś i policz swoje odpowiedzi.



Ludzie		Zadania	
Pytanie	Wartość	Pytanie	Wartość
1		2	
4		3	
6		5	
9		7	
10		8	
12		11	
14		13	
16		15	
17		18	
Suma		Suma	
Wynik końcowy (SUMA x 0,2)		Wynik końcowy (SUMA x 0,2)	



MACIERZ

Zaznacz swoje wyniki na poniższym wykresie. Na osi poziomej zaznaczasz wynik troski o zadania, na osi pionowej zaznaczasz wynik troski o ludzi. Obszar skrzyżowania (wypadkowa) to wymiar przywództwa.

T R O S K A O L U D Z I	9	KIEROWANIE KLUBOWE 1.9.					KIEROWANIE ZESPOŁOWE 9.9.		
	8								
	7								
	6			KIEROWANIE ZRÓWNOWAŻONE 5.5					
	5								
	4	KIEROWANIE ZUBOŻONE 1.1					KIEROWANIE AUTORYTARNE 9.1.		
	3								
	2								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	TROSKA O ZADANIA								



(Załącznik nr 2) Analiza SWOT

Organizacja wydarzenia, jakim jest konferencja młodzieżowa, wymaga uwzględnienia szeregu czynników, z jakimi możemy się spotkać oraz konieczności pogłębionej analizy i planowania działań

Mocne strony	Słabe strony
Szanse	Zagrożenia



(Załącznik nr 3) Czeklista projektowa

ASPEKTY ORGANIZACYJNE	ASPEKTY MERYTORYCZNE



ORGANIZATOR

IRP
INSTYTUT
ROZDZIENSKIEGO

FINANSOWANE



PATRONAT
HONOROWY



PATRONAT
HONOROWY

A
AKTYWNE
ŚLĄSKIE

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI -
CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZYSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ MŁODZIEŻOWY NA LATA 2022-2023



III. Materiały ewaluacyjne

(Załącznik nr 1) Ankieta ex ante

Dzień dobry,

zapraszamy do udziału w anonimowej ankiecie, która ma na celu zbadanie poziomu kompetencji miękkich takich jak: komunikacja, samoorganizacja czy praca w zespole), a także poziomu wiedzy w związku z udziałem w warsztatach przygotowawczych i konferencji w ramach projektu "Śląskie Forum Młodzieżowe". Projekt finansowany przez Fundusz Młodzieżowy na lata 2022-2033.

Zespół Instytutu Różdzieńskiego

1) Na skali od 1 do 10 proszę wskazać liczbę, która jak najtrafniej określa Pana/i poziom wiedzy na temat prowadzenia usystematyzowanego dialogu z lokalnymi decydentami, przy czym 1 oznacza „bardzo słabo” natomiast 10 „bardzo dobrze”. Proszę zaznaczyć w dowolny sposób odpowiednią odpowiedź.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2) Na skali od 1 do 10 proszę wskazać liczbę, która jak najtrafniej określa Pana/i poziom kompetencji



miękkich z zakresu komunikacji 1 oznacza „bardzo słaby” natomiast 10 „bardzo dobry”. Proszę zaznaczyć w dowolny sposób odpowiednią odpowiedź.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3) Na skali od 1 do 10 proszę wskazać liczbę, która jak najtrafniej określa Pana/i poziom kompetencji miękkich z zakresu samoorganizacji 1 oznacza „bardzo słaby” natomiast 10 „bardzo dobry”. Proszę zaznaczyć w dowolny sposób odpowiednią odpowiedź.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4) Na skali od 1 do 10 proszę wskazać liczbę, która jak najtrafniej określa Pana/i poziom kompetencji miękkich z zakresu pracy w zespole 1 oznacza „bardzo słaby” natomiast 10 „bardzo dobry”. Proszę zaznaczyć w dowolny sposób odpowiednią odpowiedź.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5) Proszę określić swoje oczekiwania względem warsztatów przygotowawczych, organizacji konferencji i spotkania ewaluacyjnego.

.....

.....



A large rectangular box containing six horizontal dotted lines, intended for handwritten responses.

Dziękujemy za udział w ankiecie!

ORGANIZATOR

IRP
INSTYTUT
ROZDZIENSKIEGO

FINANSOWANE

 **KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**

 **FUNDUSZ
MŁODZIEŻOWY**

 **FUNDUSZ
MŁODZIEŻOWY**

PATRONAT
HONOROWY

 **WOJEWODA ŚLĄSKI**

 **WOJEWÓDZTWO
ŚLĄSKIE**

 **HONOROWY PATRONAT
MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO
Wojciecha Saługi**

 **GÓRNICZTWA I
ZAGŁĘBIENIA
METROPOLII**

PATRONAT
HONOROWY

 **AKTYWNE
ŚLĄSKIE**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI -
CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ MŁODZIEŻOWY NA LATA 2022-2033



(Załącznik nr 2) Ankieta ex post

Dzień dobry,

dziękujemy za udział w projekcie "Śląskie Forum Młodzieżowe — edycja II", finansowanym przez Fundusz Młodzieżowy na lata 2022-2033.

Zapraszamy do udziału w anonimowej ankiecie, która ma na celu mierzenie satysfakcji z udziału w warsztatach, spotkaniach i konferencji. Każda z Państwa opinii jest dla nas cenna i pozwala dopasowywać kolejne inicjatywy do Państwa potrzeb.

Zespół Instytutu Różdzieńskiego

1) Na skali od 1 do 10 proszę wskazać liczbę, która jak najtrafniej określa Pana/i poziom wiedzy na temat prowadzenia usystematyzowanego dialogu z lokalnymi decydentami, przy czym 1 oznacza „bardzo słabo” natomiast 10 „bardzo dobrze”. Proszę zaznaczyć w dowolny sposób odpowiednią odpowiedź.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2) Na skali od 1 do 10 proszę wskazać liczbę, która jak najtrafniej określa Pana/i poziom kompetencji miękkich z zakresu komunikacji 1 oznacza „bardzo słaby” natomiast 10 „bardzo dobry”. Proszę zaznaczyć w dowolny sposób odpowiednią odpowiedź.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----



3) Na skali od 1 do 10 proszę wskazać liczbę, która jak najtrafniej określa Pana/i poziom kompetencji miękkich z zakresu samoorganizacji 1 oznacza „bardzo słaby” natomiast 10 „bardzo dobry”. Proszę zaznaczyć w dowolny sposób odpowiednią odpowiedź.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4) Na skali od 1 do 10 proszę wskazać liczbę, która jak najtrafniej określa Pana/i poziom kompetencji miękkich z zakresu pracy w zespole 1 oznacza „bardzo słaby” natomiast 10 „bardzo dobry”. Proszę zaznaczyć w dowolny sposób odpowiednią odpowiedź.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5) Proszę wymienić najsilniejsze punkty projektu.

.....

.....

.....

.....

.....



6) Proszę wymienić najsłabsze punkty projektu.

7) Jakie nowe umiejętności nabył/a Pan/i podczas udziału w projekcie? Proszę wymienić najważniejsze.



A large rectangular area with a black border, containing seven horizontal dotted lines for writing.

Dziękujemy za udział w ankiecie!

ORGANIZATOR

IRP
INSTYTUT
ROZDZIENSKIEGO

FINANSOWANE

 **KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**

 **INiW**
Instytut Nauki i Wiedzy

 **Fundusz
Młodzieżowy**

PATRONAT
HONOROWY

 **WOJEWODA ŚLĄSKI**

 **Województwo
Śląskie**

Honorowy patronat:
Marszałka Województwa Śląskiego
Wojciecha Salski

 **Górnictwo
Zagłębie
Metropola**

PATRONAT
HONOROWY

 **AKTYWNE
ŚLĄSKIE**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI -
CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZYSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ MŁODZIEŻOWY NA LATA 2022-2033

 **Prezydent Miasta
Katowice**

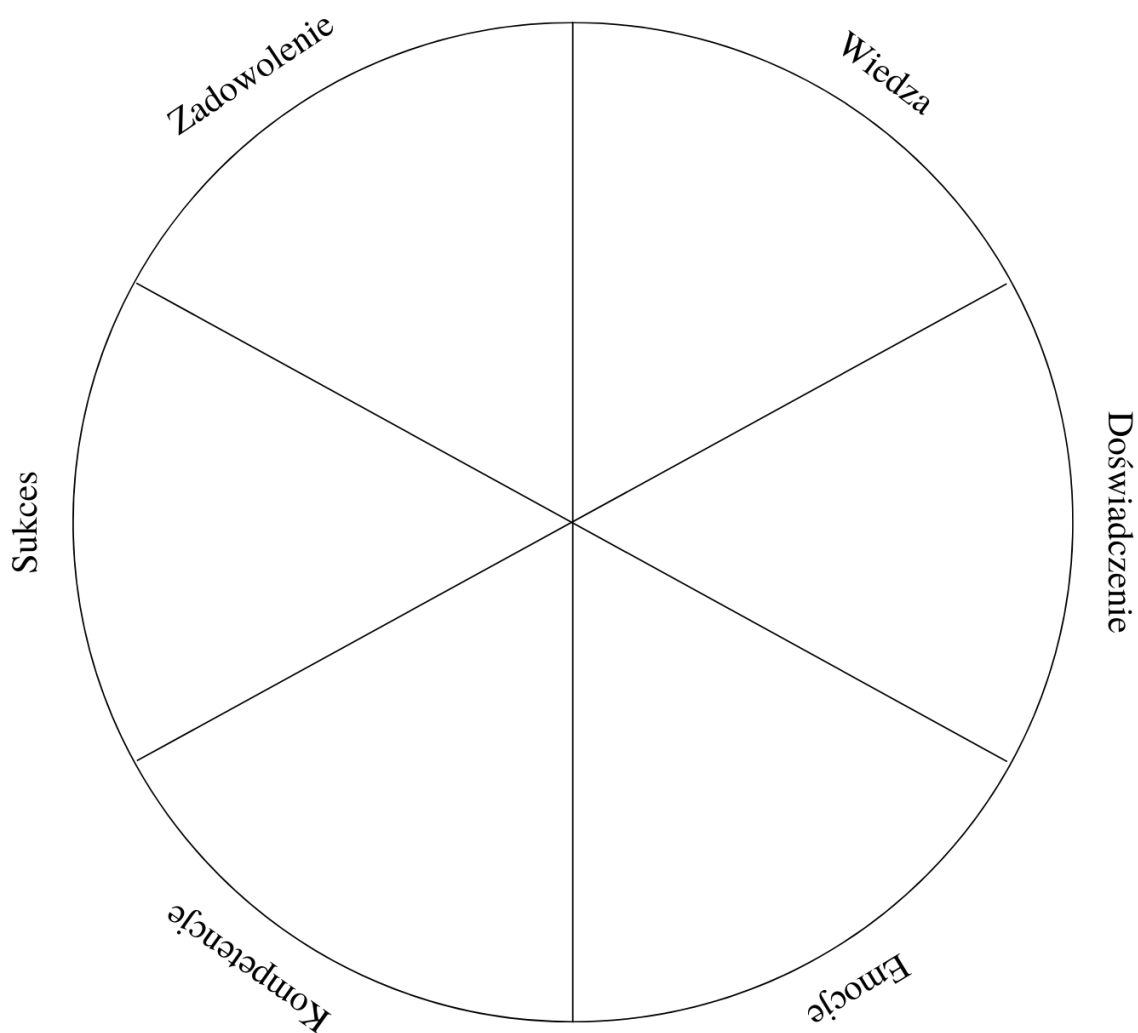
 **Prezydent Miasta
Sosnowiec**

 **PREZYDENT MIASTA
SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE**

 **Prezydent Miasta
Chorzów**



(Załącznik nr 3) Koło ewaluacji



ORGANIZATOR

IRP
INSTYTUT
ROZDZIENSKIEGO

FINANSOWANE

**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**

INIW
Instytut Nauki i Wiedzy

**Fundusz
Młodzieżowy**

PATRONAT
HONOROWY

WOJEWODA ŚLĄSKI

**Województwo
Śląskie**

Honorowy patronat
Marszałka Województwa Śląskiego
Wojciecha Salski

**Górnictwo
Zagłębiemskie
Hennipol**

**PATRONAT
MEDALNY
AKTYWNE
ŚLĄSKIE**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI -
CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZYSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ MŁODZIEŻOWY NA LATA 2022-2033