



„Jak napsat projekt“

Tento dokument je snahou pomoci všem, kteří nevědí ...
... jak na to! (nedělám si však nárok na neomylnost)

Téma - PROJEKT?

Je to plánovaná činnost, která směřuje k nějakému cíli. Výhodou projektu je týmová spolupráce – „*prostě víc hlav – víc rozumu*“ (více znalostí a dovedností, myšlenek, nápadů zpětná vazba, kontrola)

Přitom lidé, kteří se aktivně podílejí na realizaci projektu, zároveň nesou plnou odpovědnost za svou práci.

Téma - VYBĚR TÉMATU

Zásadní věc! „*Co budeme teda dělat? A co se bude dít?*“ Otázky, které si klademe. Odpověď je jednoduchá a zároveň složitá. Jednoduchá odpověď zní – „*Přeci co nás baví!*“ „*Ale na čem se shodneme!*“ *Všichni máme různé koníčky, zájmy, ...?!*“ A je to tady. Umíme se vůbec domluvit?

Pro tuto chvíli je vhodné využít diskusní techniku zvanou brainstorming.

Brainstorming – je metoda běžně používaná tam, kde potřebujeme nalézt nové a originální nápady pro řešení určitého problému.

Základní pravidla brainstormingu:

- Říkej vše, co tě napadne, to, co možná podkládáš za hloupost, může být nakonec výborným nápadem
- Nevyjadřuj se k tomu, co říkají ostatní, nekritizuj
- Inspiruje-li tě něčí nápad, dej svoji myšlenku k dobru
- Mluv co nejstručněji, nevysvětľuj

Postup při brainstormingu

- Zformulujte otázku (Chceme něco dělat, ale co?)
- Udělejte menší skupinky (max. 10 lidí)
- Jeden z vás – moderátor (facilitátor) – musí diskusi řídit, sledovat neporušování pravidel“
- Jeden ze skupiny zapisuje nápady na papír
- Stanovte časový limit
- Facilitátor shrne výsledek diskuse

Téma – VLASTNÍ ZAMÝŠLENÍ SE NAD TÉMATY

Když máte vybrané téma projektu, potřebujete nyní vymyslet vhodný název a jasně zformulovat jeho cíl. (můžete zase použít metodu brainstormingu)

- prodiskutujte, co je hlavní a důležité, čeho se musí dosáhnout
- pokuste se každý, nejlépe jednou větou, jasně formulovat jeho cíl – o co v něm jde, co bude realizováno
- sdělte si navzájem své věty, zapište je na velký papír a vyvěste

Než se pustíte do podrobného plánování a vlastní realizace projektu, je dobré se pořádně zamyslet. K tomu slouží tzv. **SWOT analýza**.

- S**.....strengths.....**silné stránky** (co je na něm silného a dobrého, proč by se měl líbit ostatním lidem, proč se zrovna nám podaří realizovat)
- W**.....weaknesse.....**slabé stránky** (co projektu chybí, co je slabým místem, co nemusíme zvládat při jeho realizace)
- O**.....opportunities.....**příležitosti** (co projekt umožní, co dalšího se díky němu může povést, s kým navážeme spolupráci, kam nás posune)
- T**.....theats.....**hrozby** (co může realizaci překazit, kdo by se proti němu mohl postavit)

Téma - PLÁNOVÁNÍ PROJEKTU – CO VŠECHNO UDĚLÁME

- Plánování aktivit projektu – jaké aktivity chcete realizovat, velké úkoly, nikoliv dílčí úkoly
- Časový harmonogram – kolik času potřebujete na celý projekt, kolik ho budete věnovat dílčím úkolům, návaznost úkolů
- Rozdělení rolí a odpovědností – kdo všechno bude realizovat, kdo bude vše koordinovat
- Vše zapsat do tabulky a vyvěsit na oči ostatním

Téma - FINANCOVÁNÍ PROJEKTU – KOLIK TO BUDE STÁT?

Znáte cíl projektu, všechny aktivity, které chcete realizovat, víte, kdo a kdy je bude provádět. Teď je třeba zamyslet se, kolik váš projekt bude stát. Jak na to?

- Ve skupině opět pomocí brainstormingu sepište všechny náklady, na které si vzpomenete
- Přepište položky do přehledné tabulky, doplňte množstvím, odhadněte, počítejte vždy s malou rezervou
- Rozdělte si mezi sebe zjištění nákladů na pořízení těchto položek, každý, kdo je tím pověřen, doplní údaje do tabulky do dalšího setkání
- Na kterém vám vyjde částka, kolik bude projekt stát

Téma - KDE NA TO VEZMEME

Fundraising – shánění zdrojů – je termín označující nejrůznější metody a postupy shánění finančních prostředků a zdrojů na činnosti, které se samy nezaplátí. Jde o to, přesvědčit ostatní, že vaše činnost je prospěšná a důležitá a motivovat je k tomu, aby vás podpořili.

Dary - okruhy dárců – naši nejbližší rodiče, známí, sympatizanti, lidé z okolí, podnikatelé, městský úřad, kraj, velké firmy, stát, EU.
(platí takové pravidlo - Čím blíže jsou dárci nám a našemu projektu, tím je jich více, jejich dary jsou jistější, ale částky jsou nižší)

Dotace – od města, kraje, ministerstev

Granty – od nadací a nadačních fondů

Oboje podmíněno sepsáním poměrně složité žádosti

Téma - JEDNÁME S DÁRCEM

Rozmyslete si, koho můžete požádat, o co či o kolik ho budete žádat, ale i proč by vám vlastně měl dar dát a kdo a kdy žádost provede.

Rady: Připravte si fundraisingový argument

- Představte cíle vašeho projektu
- Vysvětlíte některé podrobnosti a na co všechno dárcovy peníze potřebujete
- Zaujměte, nenuďte, zapůsobte, udělejte dobrý dojem
- Uvažujte o možné motivaci, o důvodu, proč by vám měl pomoci

3 zlatá pravidla fundraisingu

- Musíte požádat
- Jen ten, kdo je sám přesvědčený, může přesvědčit druhé
- Získáváte lidi, ne peníze

Když nezkusíte požádat, nikdy nic nezískáte . Není ostuda ani žádat o podporu. A není neúspěch být několikrát odmítnut, dárci má právo říci NE. Jestliže skutečně věříte v to, co děláte, a jestliže jste vytrvalí, úspěch se nakonec dostaví.

Pokud od dárci získáte peníze, bývá dobrým zvykem mu patřičně poděkovat, dále ho o projektu, jeho výsledcích a způsobu, jakým jste naložili s jeho penězi, informovat a např. ho pozvat na závěrečnou konferenci k projektu, kde mu ještě jednou za dar veřejně poděkujete.

Téma - REALIZACE PROJEKTU

krok 1 Vytvořte realizační tým (koordinátoři + všichni, kdo chtějí pomoci)

krok 2 Podrobně si naplánujte jednotlivé aktivity.

krok 3 Pořádejte kontrolní schůzky, dělejte si zápis včetně úkolů – co, kdo, dokdy)

krok 4 Zdokumentujte projekt – co není zdokumentováno, jako by se nestalo

krok 5 Evidujte příjmy a výdaje – budete potřebovat pro závěrečné vyúčtování

Téma - PROPAGACE PROJEKTU

I výborný nápad a pěkně naplánovaný projekt se nemusí podařit uskutečnit: na projekt se neseženou peníze, málokdo o něm ví, nikdo ho nepodpoří, nikoho nezajímá. Musí být správně propagován.

Public relations (PR) - veškeré vztahy s veřejností zaměřené na vytvoření image, jak se dostat do podvědomí veřejnosti, jak působit zajímavě, přitažlivě, seriózně.

Jak na to:

- Vytvořte logo, vymyslete motto nebo heslo
- Navrhněte ve skupině propagační kampaň k projektu – jak moc a jakým způsobem chcete o projektu informovat, jaké prostředky k tomu zvolíte (letáky, spolupráce s rozhlasem, televizí, propagační kalendář, tisková zpráva do novin, informační sborník,...)
- Napište tiskovou zprávu o konání vašeho projektu
- Napište na webové stránky školy

Pěkným zakončením je závěrečná konference. Je to příležitost k tom pozvat všechny, kteří s vámi spolupracovali nebo vás podpořili, seznámit okolí s výsledky vašeho projektu a zviditelnit třeba školu v očích veřejnosti.

Rozmyslete – kde se to bude konat

- kdy a jak dlouho to bude probíhat
- koho pozvete
- jaké budou příspěvky

Téma - CO UDĚLAT NA ZÁVĚR

Vypracujte závěrečné vyúčtování projektu, tabulku příjmů a výdajů (ve stejném členění jako byl váš rozpočet)

Pokud to váš dárce vyžaduje, vypracujte závěrečnou zprávu o vašem projektu.

Velmi důležitým krokem po skončení projektu je provést jeho celkové zhodnocení. Je velmi dobré zamyslet se nad tím, co se vám povedlo a co nikoli, co byste příště udělali jinak a lépe. Při realizaci projektu jste prošli značným množstvím zkušeností. Byla by škoda nepokusit se z vašich zkušeností poučit a co nejvíce toho z nich i sami pro sebe vytěžit.

A FAKT UŽ ÚPLNĚ NAKONEC?

Popovídejte si ve skupině pod vedením facilitátora v následujících krocích:

- Sdílení pocitů a postřehů
- Zpracování společné zkušenosti
- Zobecnění vaší zkušenosti
- Uplatnění toho, co jste se v projektu naučili
- Zamyslete se nad výhledy do budoucnosti
- Oslavte to, nejde pořád jenom pracovat!

Text byl zpracován podle materiálů organizace TEREZA – Na vlastních nohou.

Literatura

Červenka, S.: Zpracováváme vzdělávací projekty, Kroměříž, IUVENTA, 1994

Deverová, L. a kol.: Průvodce neziskovým právem, Praha, ICN, 1996

Dolanský, V., Měkota, V., Němec, V.: Projektový management, Praha, Grada, 1996

Jindra, J: Fundraising - Vedení školy, Praha, Raabe, 1996

Jindra, J: Fundraising - vzdělávací manuály, Kladno, AISIS, 2001

Jindra. J.: Psaní projektů a grantů, Praha, Raabe, 1997

Kosztolányi, I.: Jak napsat žádost o grant, Baltimore, The JohnHokins University Institute, 1997

Palán, Z.: Výkladový slovník vzdělávání dospělých, Praha, DAHA, 1997

Eger.L.: Grantová přihláška