



PROGRAM SZKOLEŃ

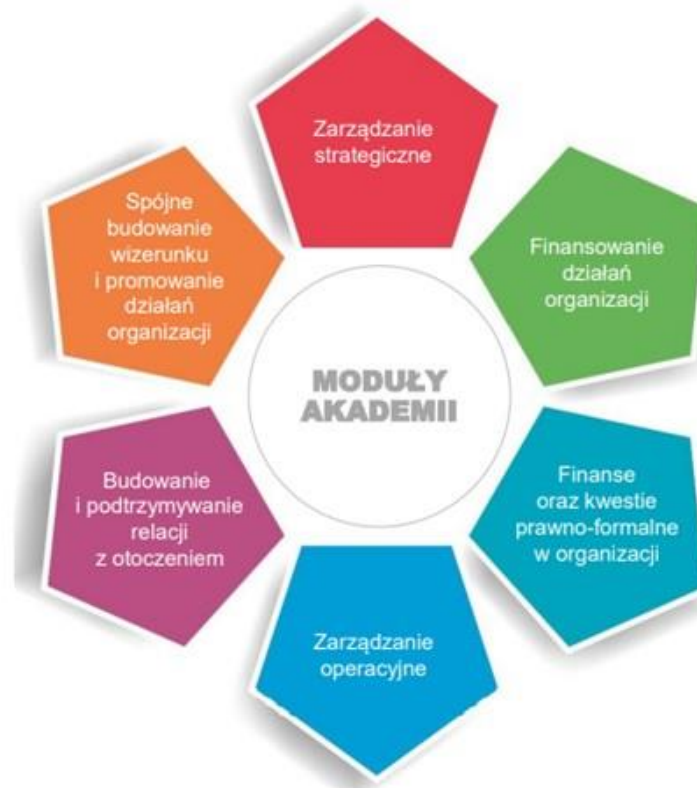


PACJENCI.PRO
Akademia Rozwoju Organizacji Pacjentów

**Program został przygotowany wokół
6 powiązanych ze sobą celów rozwojowych:**



**Cele znajdują swoje odbicie w 6 blokach
tematycznych:**



					FORMY				
BLOK ZAJĘĆ	NR.	TEMAT		POZIOMY	zajęcia off-line	zajęcia on-line	praca indywidualna	PROWADZĄCY	
I. Zarządzanie strategiczne	I. 1.	<u>Prowadzenie organizacji pozarządowej (wizja, misja, strategia, zarządzanie) z uwzględnieniem specyfiki organizacji pacjenckiej</u>	IDEA PROGRAMU Uczestnicy uporządkują swoje działania poprzez włączenie poziomu strategicznego. Nauczą się tworzyć strategię organizacji i dostrzegą praktyczny wymiar tego typu działania. Opracują dla siebie najważniejsze kierunki, stworzą mapę źródeł wsparcia oraz strategicznych partnerów. Docenią zasoby swojej organizacji.	podstawowy	16 godzin	16 godzin		Katarzyna Bryczkowska, Krzysztof Manthey	
			WIEDZA Osoby uczestniczące dowiedzą się czym jest misja, wizja oraz strategia organizacji. Dowiedzą się jak włączać zespół w tworzenie strategii. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące nauczą się budować strategię organizacji z wykorzystaniem dobrze sformułowanej misji, wizji, kierunków oraz celów. Nauczą się tworzyć mapę partnerów oraz źródeł finansowania i wyłączać tę wiedzę do planu strategicznego.	zaawansowany		3-10 godzin/organizacja			
			POSTAWY Osoby uczestniczące przekonają się, że strategia jest istotnym elementem długofalowych działań i że warto planować oraz działać strategicznie. Docenią rolę zespołu w tworzeniu strategii.	ekspercki					
	I. 2.	<u>Myślenie projektowe w organizacji</u>	IDEA PROGRAMU Uczestnicy szkolenia po jego zakończeniu będą potrafili samodzielnie opracować projekt społeczny, uwzględniając wszystkie jego elementy i etapy tworzenia: od problemu społecznego, poprzez cel, działania, harmonogram do rezultatów i budżetu. WIEDZA Osoby uczestniczące w zajęciach zdobędą wiedzę na temat określania problemów społecznych, formułowania celów projektu, formułowania rezultatów projektu i wskaźników ich pomiarów. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące będą potrafiły planować i opisywać działania projektowe oraz tworzyć harmonogram projektu, a także opracowywać budżetu projektu.	podstawowy	16 godzin	16 godzin		Katarzyna Leśko	
			POSTAWY Osoby uczestniczące w zajęciach będą miały większą świadomość myślenia projektowego, przejawiającą się między innymi w dostrzeganiu procesów i zależności między nimi.	zaawansowany	8 godzin	8 godzin			
				ekspercki					
				IDEA PROGRAMU Uczestnicy nabędą kompetencję planowania działań lub zmian operacyjnych w organizacji z wykorzystaniem efektywnego narzędzia analitycznego. Będą potrafili zorganizować i koordynować działania w sposób uporządkowany z optymalnym wykorzystaniem zasobów zespołu, co przełoży się na realizację wskaźników i sukces w działaniach. Dodatkowo szkolenie pozwoli wyzwolić motywację do profesjonalizacji wewnętrznych i zewnętrznych działań organizacji. WIEDZA	podstawowy	8 godzin	8 godzin		

	I.	3.	<u>Rozwój organizacji pozarządowej - struktura, procesy organizacyjne; ryzyka i szanse związane z rozwojem i profesjonalizacją</u>	Osoby uczestniczące poznają zastosowanie Analizy SWOT, poznają zasady zarządzania operacyjnego poprzez priorytetyzację zadań w zgodzie ze strategią, dowiedzą się jakie są zasady i metody optymalizacji zasobów zespołu. Uczestnicy dowiedzą się czym jest benchmark organizacji oraz odpowiedzą sobie na pytanie co jest miara sukcesu dla ich organizacji. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące będą potrafiły wykorzystywać Analizę SWOT w zarządzaniu operacyjnym, nauczą się priorytetyzować zadania zgodnie ze strategią organizacji oraz organizować pracę zespołu z pełnym wykorzystaniem jego zasobów. POSTAWY Uczestnicy zyskają potrzebę profesjonalnego rozwoju swojej organizacji, ukierunkowanego na podnoszenie poziomu merytorycznego i metodycznego realizowanych projektów. Osoby uczestniczące nabędą odwagi w nazywaniu i prezentowaniu sukcesów organizacji oraz uznają, że jest to ważny element budujący prestiż. Przekonają się do stosowania analiz porównawczych.	zaawansowan y	8 godzin	8 godzin		Katarzyna Bryczkowska, Krzysztof Manthey
					ekspercki				
	I.	4.	<u>Indywidualna strategia rozwoju. Co jest miarą sukcesu organizacji?</u>	IDEA PROGRAMU Uczestnicy zostaną objęci profesjonalną opieką i wsparciem w sytuacji pracy nad głęboką rekonstrukcją strategii rozwoju, szczególnie w kontekście zmian związanych z otoczeniem społecznym i prawnym. Praca z organizacjami polegać będzie na wykorzystaniu wybranych narzędzi analitycznych, pracy fasilitacyjnej i doradczej wewnątrz organizacji, w miarę potrzeb także z wykorzystaniem zewnętrznych ekspertów *zajęcia stanowią uzupełnienie innych zajęć z modułu Zarządzanie Strategiczne (tematy 1-3) na poziomie co najmniej zaawansowanym	podstawowy				Katarzyna Bryczkowska, Krzysztof Manthey, Katarzyna Leško
					zaawansowan y				
					ekspercki			6-24 godziny/organiza cja	
II. Zarządzanie operacyjne	II.	5.	<u>Efektowny leadership w organizacji pozarządowej</u>	IDEA PROGRAMU Zapraszamy wszystkich, dla których rola liderki lub lidera jest świadomym i odpowiedzialnym procesem. Będzie to okazja do głębszego spojrzenia na siebie i swoje kompetencje. Osoby uczestniczące w zajęciach będą potrafiły zmieniać swój styl zarządzania organizacjami i ludźmi w kierunku leadershipu (przywództwa). Dzięki poznaniu stylów liderskich, sposobów diagnozowania zespołu i pracy z jego zasobami, podejmowaniu typowych wyzwań liderskich związanych z motywowaniem, inspirowaniem i rozwiązywaniem trudnych sytuacji, staną się silnymi i angażującymi menadżerami swoich organizacji. WIEDZA Osoby uczestniczące uzyskają niezbędną wiedzę pozwalającą na łączenie ról zarządczych i liderskich, szczególnie z zakresu pełnienia funkcji, angażowania członków organizacji, zarządzania sytuacjami trudnymi. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące wzmocnią swoje kompetencje liderskie w zakresie pracy nad swoją rolą, wzmocnienia poszczególnych osób z zespołu, kształtowania i poszerzania swojego stylu liderskiego. Będą potrafić motywować i inspirować, nie tracąc z oczu racjonalnej perspektywy zarządczej. POSTAWY Zajęcia pozwalają na rozwój postawy liderskiej, bazującej na zaufaniu, wsparciu, angażowaniu i inspirowaniu, w miejsce kontroli i nadzoru. Pozwalają rozwinąć odwagę i otwarte myślenie o organizacji i ludziach, w tym o sobie samym (spójność wewnętrzna).	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Katarzyna Bryczkowska, Krzysztof Manthey, Mariusz Turek
					zaawansowan y	16 godzin	16 godzin		
					ekspercki			6-12 godzin/lid er	
					podstawowy	16 godzin	16 godzin		

II.	6.	<u>Profesjonalizacja zarządzania ludźmi w organizacji - zatrudnianie pracowników, umowy wolontariackie, zarządzanie wolontariuszami</u>	Uczestnicy będą przygotowani do efektywnego budowania trwałego zespołu, którego zasobem będzie różnorodność, umiejętność współpracy i osiągania wspólnych celów. Po szkoleniu osoby będą gotowe do samodzielnego zarządzania zespołem, prowadzenia efektywnej rekrutacji, służącej budowaniu zespołu i kultury pracy organizacji. Uczestnicy będą mieli poczucie większej efektywności i sprawczości w swojej pracy. WIEDZA Osoby uczestniczące dowiedzą się jakie są rodzaje umów z pracownikami, jaka dokumentacja kadrowa powinna być do każdej umowy prowadzona, poznają zasady formalno-prawne angażowania wolontariuszy, dowiedzą się jakie wymogi spełnić, żeby zaangażować osobę z niepełnosprawnościami. Uczestnicy dowiedzą się jak zbudować zespół wolontariuszy i po co w organizacji koordynator wolontariatu. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące nauczą się poprawnie formułować ogłoszenie o pracę i ogłoszenie wolontariackie, dobrze dobierać zadania, włączać osobę z niepełnosprawnością w zespół, przygotować zespół do przyjęcia osoby z niepełnosprawnością. Osoby uczestniczące nauczą się formułować informację zwrotną, prowadzić rozmowę rekrutacyjną, poznają zasady komunikacji i podstawowe narzędzia do pracy zdalnej. POSTAWY Osoby uczestniczące będą przekonane, że wartością organizacji jest różnorodny zespół, będą rozumiały ideę wolontariatu i jego wartość dla organizacji, będą rozumieć i utożsamiać się z misją organizacji	zaawansowany	16 godzin	16 godzin		Agnieszka Lissowska-Lewkowicz, Elżbieta Baranowska-Pytko
				ekspercki			1-2 godziny/organiza cja	
II.	7.	<u>Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych - redukcje i zmiany</u>	IDEA PROGRAMU Zarządzanie kryzysem z wyspecjalizowanej dziedziny zarządzania staje się zbiorem niezbędnych kompetencji współczesnych liderów. Zajęcia są ukierunkowane na zrozumienie, że kryzys jest zjawiskiem powszechnym, że można nie tylko przez niego przeprowadzać ludzi i organizację, ale wykorzystać go także jako platformę konstruktywnej zmiany. WIEDZA Uczestnicy poznają kluczowe pojęcia związane z kryzysem jako zdarzeniem w organizacji (reagowanie) i kryzysową zmianą jako wyzwaniem społeczno-zarządczym (komunikowanie zmiany, przeprowadzanie ludzi przez zmianę, opór wobec zmiany, reorganizacja). UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy będą potrafili zaplanować i wdrożyć podstawowe procedury kryzysowe; będą potrafili komunikować się wewnątrz organizacji w sytuacji kryzysu na różnych jego etapach. POSTAWY Osoby uczestniczące w zajęciach rozwiną proaktywną postawę ukierunkowaną na rozwiązania w sytuacji kryzysu, z troską o ludzi i ich potrzeby.	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Krzysztof Manthey
				zaawansowany	8 godzin	8 godzin		
				ekspercki			1-2 godziny/organiza cja	
II.	8.	<u>Systemy i oprogramowanie wspierające organizację</u>	IDEA PROGRAMU Uczestnicy poznają i rozumieją specyfikę systemów i oprogramowania, wspierających organizację zarówno na poziomie podstawowego sprzętu niezbędnego do pracy, jak i bardziej zaawansowanych rozwiązań pozwalających na zaistnienie organizacji w internecie, mediach społecznościowych i tradycyjnych. Pozwoli im to proaktywnie dobierać optymalne rozwiązania i oceniać dostępne oferty oraz da pewność siebie potrzebną do wspierania działań organizacji. WIEDZA Uczestnicy dowiedzą się, jakiego sprzętu i oprogramowania należy użyć na różnych etapach rozwoju organizacji ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb charakterystycznych dla rodzaju prowadzonej przez nich działalności. Nauczą się też oceny dostępnych rozwiązań ze względu na stosunek jakości i możliwości do ceny. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy będą umieli wybrać odpowiednie rozwiązania techniczne do realizacji różnych zadań,	podstawowy	12 godzin	12 godzin		Piotr Stanisławski
				zaawansowany	8 godzin	8 godzin		

III.	Finanse oraz kwestie prawno-formalne w organizacji	10.	Fundusze w organizacji pacienckiej - prawo i praktyka	dokonać ich zakupu oraz wdrożenia. Będą potrafili optymalnie wykorzystać dostępny sprzęt w zależności od zadań organizacji. POSTAWY Uczestnicy będą czuli się pewnie wybierając optymalne dla nich oferty i zyskają samodzielność w doborze rozwiązań technicznych.	ekspercki			1-2 godziny/organiza cja	
				IDEA PROGRAMU Jest to indywidualna praca z liderkami i liderami organizacji, opcjonalnie także z całym zarządem. Przewidujemy dopasowanie formy wsparcia do rzeczywistych potrzeb danej organizacji. Zadaniem będzie tutaj wzmocnienie konkretnych obszarów. *zajęcia stanowią uzupełnienie innych zajęć z modułu Zarządzanie Operacyjne (tematy 5-8) na poziomie co najmniej zaawansowanym	podstawowy				Katarzyna Bryczkowska, Krzysztof Manthey, Mariusz Turek, Piotr Stanisławski, Agnieszka Lissowska-Lewkowicz, Elżbieta Baranowska-Pytko
					zaawansowan y				
					ekspercki			2-12 godzin/klient	
III.	Finanse oraz kwestie prawno-formalne w organizacji	11.	Działalność odpłatna i działalność gospodarcza organizacji pozarządowej	IDEA PROGRAMU Osoby uczestniczące w szkoleniu przekonają się, że finanse organizacji to nie tylko księgowość! Uczestnikom i uczestniczkom szkolenia łatwiej będzie prowadzić dialog z księgowością i korzystać z rachunkowości do celów zarządczych. WIEDZA Osoby uczestniczące dowiedzą się jak dzielić koszty pomiędzy działalność odpłatną, nieodpłatną i gospodarczą. Uczestnicy i uczestniczki zdobędą wiedzę na temat obowiązków podatkowych i sprawozdawczych organizacji oraz możliwości prowadzenia uproszczonej rachunkowości. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące nauczą się tworzyć budżet organizacji oraz czytać i interpretować informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym. POSTAWY Osoby uczestniczące będą czuły potrzebę i znały wartość planowania wydatków organizacji.	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Joanna Krasnodebska, Marta Lasocka
					zaawansowan y	8 godzin	8 godzin		
					ekspercki			1-2 godziny/organiza cja	
				IDEA PROGRAMU Celem zajęć jest dobre rozeznanie w rozróżnieniu obu tytułowych typów działalności oraz pozbycie się obaw przed działalnością zarobkową, która daje możliwość poszerzenia źródeł finansowania organizacji. Aspektem praktycznym szkolenia jest zdobycie umiejętności nadzorowania działalności ekonomicznej organizacji. WIEDZA Osoby uczestniczące zdobędą lub uporządkują wiedzę na temat zasad prowadzenia działalności odpłatnej i gospodarczej przez organizację pozarządową. Osoby uczestniczące zdobędą wiedzę na temat zasad rozpoczęcia/rejestracji działalności odpłatnej i gospodarczej. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy i uczestniczki szkolenia nauczą się rozróżniać działalność odpłatną od działalności gospodarczej i planować ich prowadzenie. Osoby uczestniczące będą umiały kalkulować i opisywać planowaną działalność. Osoby uczestniczące będą umiały przygotować dokumenty związane z prowadzeniem działalności ekonomicznej POSTAWY Osoby uczestniczące będą przekonane, że działalność odpłatna i gospodarcza to dostępne źródło finansowania działań statutowych organizacji.	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Joanna Krasnodebska, Marta Lasocka
					zaawansowan y	8 godzin	8 godzin		
					ekspercki			1-2 godziny/organiza cja	

	III.	12	<u>Ochrona danych osobowych w organizacji (wraz z wdrożeniem RODO)</u>	IDEA PROGRAMU Zajęcia będą się odbywać na wzorach dokumentów i rejestrów, z wykorzystaniem konkretnych zasobów i praktycznych czynności przetwarzania danych w organizacjach uczestników. Dokonamy analizy ryzyka w różnych sytuacjach i czynnościach przetwarzania. Przyjrzymy się realnym sytuacjom z życia organizacji i przeanalizujemy je pod kątem prawnym i praktycznym oraz wspólnie przygotujemy pakiet rozwiązań zabezpieczających dla organizacji. WIEDZA Uczestnicy zostaną wyposażeni w wiedzę niezbędną do wdrożenia i utrzymania systemu zarządzania danymi osobowymi w organizacji, ze szczególnym uwzględnieniem obowiązków, odpowiedzialności i zadań ciążących na administratorach danych osobowych, zasad przetwarzania danych osobowych zgodnie z RODO, ochrony danych osobowych dotyczących zdrowia i niepełnosprawności, a także współpracy z organem nadzorczym. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące w szkoleniu zdobędą umiejętności między innymi tworzenia i aktualizowania dokumentacji oraz rejestrów, dokonywania okresowej analizy ryzyka i oceny skutków przetwarzania, klasyfikowania aktywów oraz zbiorów i czynności przetwarzania, projektowania i weryfikacji zabezpieczeń technicznych i organizacyjnych, stosowania profesjonalnych metod zarządzania systemem ochrony danych w organizacji. POSTAWY Uczestnicy rozwiną postawę odpowiedzialności w stosunku do procedur i zasad przetwarzania danych osobowych zgodnie z RODO. Będą też rozumiały istotę i potrzebę ochrony danych osobowych, w szczególności danych wrażliwych.	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Justyna Buidys
					zaawansowany	8 godzin	8 godzin		
					ekspercki			2-6 godzin/klient	
IV. Spójne budowanie wizerunku oraz promowanie działań organizacji	IV.	13	<u>Upowszechnianie i promowanie działań organizacji pozarządowej; zasady i metody komunikacji publicznej</u>	IDEA PROGRAMU Dzięki szkoleniu uczestnicy zdobędą silne i stabilne podstawy pozwalające im lepiej poznać swoją organizację i efektywnie komunikować korzyści wynikające ze współpracy z nią/wsparcia jej działań. Dzięki spotkaniom uczestnicy poznają najlepsze praktyki tworzenia społeczności w Internecie i wykorzystywania wiedzy pracowników i wolontariuszy w skuteczniejszym promowaniu działań. WIEDZA Osoby uczestniczące w szkoleniu dowiedzą się formaty content marketingowe, dowiedzą się, dlaczego internauci korzystają z mediów społecznościowych i dowiedzą się jak to wykorzystać w działaniach propagandowej organizacji pozarządowej. Pozną kluczowe pojęcia i zasady budowania marki osobistej oraz dowiedzą się czym jest Consumer Journey. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące w szkoleniu nauczą się przeprowadzać audyt i analizę swojej komunikacji, nauczą się tworzyć press kit i social media kit. Zdobędą także umiejętności szukania i wykorzystywania informacji o statystykach przydatnych w planowaniu komunikacji. POSTAWY Osoby uczestniczące w szkoleniu nabiorą pewności siebie w kontaktach z mediami, z większym spokojem reagować będą na potencjalne kryzysy. Uczestnicy będą czuli potrzebę inwestycji w wiedzę i personal branding osób tworzących ich organizację.	podstawowy	16 godzin	16 godzin		Anna J. Orzech, Michał Bieliński, Katarzyna Nadia Walczak
					zaawansowany	8 godzin	8 godzin		
					ekspercki			2-3 godziny/organizacja	
				IDEA PROGRAMU Osoby uczestniczące w zajęciach poznają praktyczne i efektywne narzędzia publicznych wystąpień i prezentacji, a co za tym idzie w większym niż dotąd stopniu staną się ambasadorami swoich organizacji i rzecznikami ich interesariuszy. Uczestnicy nauczą się panować zarówno nad treścią, jak i formą swoich wystąpień, skutecznie prezentując stanowiska i niemanipulacyjne wywierając wpływ na odbiorców.	podstawowy	8 godzin	8 godzin		

IV.	14	<u>Autoprezentacja i wystąpienia publiczne dla osób reprezentujących organizację</u>	WIEDZA Uczestnicy dowiedzą się jakie są zasady i metody przygotowania wystąpienia publicznego, poznają reguły wystąpienia publicznego ze szczególnym uwzględnieniem wiedzy o komunikacji werbalnej i niewerbalnej, zyskają niezbędną wiedzę o narzędziach technicznych wspierających prezentacje i wystąpienie publiczne. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy będą potrafili zaplanować i przeprowadzić wystąpienie publiczne adekwatnie do jego celów i specyfiki odbiorców. Będą potrafili nawiązywać relacje z odbiorcą i wywierać na publiczność niemanipulacyjny, perswazyjny wpływ. POSTAWY Osoby uczestniczące w zajęciach rozwiną postawę asertywnej pewności siebie, nauczą się panować nad towarzyszącymi wystąpieniom publicznym emocjami.	zaawansowan y	16 godzin	16 godzin		Krzysztof Manthey, Aleksandra Stanisławska
				ekspercki				
	15	<u>Podstawy kreowania wizerunku: wizja i misja, wartości a cele, podstawy marketingu i PR</u>	IDEA PROGRAMU Marketing przestał być domeną biznesu. Marketing 3.0 ukierunkowany jest na zmiany w świecie i czynienie go lepszym. Znajomość podstaw marketingu i świadoma polityka organizacji pozarządowej w tym zakresie pomagają uporządkować procesy wewnętrzne NGO i kreować jej rozwój w zmieniającej się rzeczywistości. WIEDZA Uczestnicy poznają koncepcję Marketing 3.0 i jej genezę. Dowiedzą się jakie są kluczowe działania i narzędzia tej koncepcji. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy nauczą się formułować i reformułować misję, wizję i wartości organizacji oraz planować w oparciu i nie działania marketingowe i PRowe. POSTAWY Osoby uczestniczące w zajęciach zyskają spójną wizję organizacji i jej rozwoju oraz wzmocnią proaktywne podejście do prowadzenia organizacji pacjenckiej.	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Krzysztof Manthey, Anna J. Orzech
				zaawansowan y	8 godzin	8 godzin		
				ekspercki				
IV.	16	<u>Kreowanie wizerunku i aktywność w mediach elektronicznych (strona internetowa, social media)</u>	IDEA PROGRAMU Uczestnicy zajęć zyskają wiedzę o swoich mocnych stronach oraz sposobach zbudowania na nich spójnego i atrakcyjnego wizerunku w mediach elektronicznych. Poznają metody i narzędzia wspierające tworzenie wizerunku w social mediach oraz umożliwiające zarządzanie aktywnością w dyskusji online. To pozwoli im skutecznie i spójnie zaprezentować stanowiska i cele swoich organizacji szerszej publiczności. WIEDZA Uczestnicy dowiedzą się, jak świadomie kształtować swój publiczny wizerunek w social mediach i na stronie internetowej. Zyskają wiedzę o tym, jak wykorzystywać poszczególne platformy społecznościowe do celów wizerunkowych. Poznają metody i elektroniczne narzędzia przydatne do prowadzenia tych działań. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące w szkoleniu będą umiały świadomie zaprezentować się w mediach elektronicznych, tworząc w nich spójny i jednoznaczny przekaz. Będą potrafiły zabierać głos w	podstawowy	16 godzin	16 godzin		Aleksandra Stanisławska, Piotr Stanisławski
				zaawansowan y	16 godzin	16 godzin		

			social mediach na zasadach zgodnych z założeniami swojego wizerunku. Będą umiały sprawnie moderować dyskusję z odbiorcami, również w sytuacjach kryzysowych. POSTAWY Uczestnicy zidentyfikują swoje mocne strony i zdobędą umiejętność świadomego korzystania z arsenału środków pomagających w ukształtowaniu swojego wizerunku w mediach elektronicznych.	ekspercki			2-6 godzin/or ganizacja	
	IV.	17.	<u>Planowanie i realizacja kampanii społecznych</u> IDEA PROGRAMU Udział w szkoleniu pozwoli zdobyć praktyczne umiejętności planowania, analizowania i optymalizowania kampanii społecznej. Uczestnicy będą mogli skorzystać z doświadczenia praktyków i poznać najlepsze praktyki, które przyniosły zaplanowane efekty. WIEDZA Osoby uczestniczące poznają pojęcia takie jak: zasięg, CTR, CPM, konwersja, sentyment. Uczestniczące w szkoleniu dowiedzą się czym jest storytelling i dlaczego jest tak ważny w komunikacji, a także dowiedzą się jak organizować współpracę w zespole w tym zakresie i jak planować kalendarz publikacji. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy zajęć nauczą się jak wyznaczać cele (KPI), jak tworzyć raporty komunikacji w Internecie, jak korzystać z danych i osiągać zamierzone w strategii cele. Osoby uczestniczące w szkoleniu w praktyce poznają narzędzia, które umożliwią im sprawne dzielenie pracy w zespole i tworzenie harmonogramu komunikacji. Nauczą się jakie kanały komunikacji wybierać na podstawie potrzeb komunikatów. Uczestnicy nauczą się także tworzyć press kit i social media kit. POSTAWY Osoby uczestniczące w szkoleniu będą czuć potrzebę optymalizacji i profesjonalizacji swoich działań, szczególnie poprzez włączenie do swoich zachowań planowania i analizowania działań. Zajęcia podniosą też poziom motywacji do poznawania i dalszego rozwoju umiejętności w korzystaniu ze specjalistycznych narzędzi (jak Brand24, SentiOne, Google Analytics, Sotrender).	podstawowy	16 godzin	16 godzin		Anna J. Orzech, Michalina Kaczmarek, Celina Bojakowska
				zaawansowan y	8 godzin	8 godzin		
				ekspercki			2-3 godziny/ organiza cja	
V. Budowanie i podtrzymywani e relacji z otoczeniem	V.	18.	<u>Kompetencje komunikacyjne w świecie cyfrowym - platformy, komunikatory, formy pracy on-line</u> IDEA PROGRAMU Komunikacja on-line znacząco różni się od tej ze świata realnego. Uczestnicy poznają jej specyfikę ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb organizacji w zakresie komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej oraz wybranych aspektów koordynacji pracy. Będą umieli wybrać optymalne narzędzia i odpowiednio zastosować je w zależności od specyfiki pracy organizacji. WIEDZA Osoby uczestniczące poznają specyfikę komunikacji on-line, wynikające z niej ograniczenia i możliwości. Dowiedzą się, jakie zasady rządzą skuteczną i przejrzystą komunikacją wewnątrz organizacji i w kontaktach na zewnątrz niej. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy nauczą się doboru narzędzi w zależności od charakteru organizacji i etapu jej rozwoju. Będą potrafili zautomatyzować i zoptymalizować pracę przy użyciu odpowiednich systemów. Nauczą się też oceny dostępnych rozwiązań ze względu na stosunek jakości i możliwości do ceny. POSTAWY Uczestnicy będą się czuli pewnie w prowadzeniu komunikacji przy użyciu różnych narzędzi i z różnymi odbiorcami. Będą też mogli doradzać w tym zakresie współpracownikom.	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Piotr Stanisławski
zaawansowan y				8 godzin	8 godzin			
ekspercki						1-2 godziny/ organiza cja		

V.	19	<u>Relacje z odbiorcami działań organizacji</u>	IDEA PROGRAMU Najważniejszą korzyścią z warsztatu jest praktyczne przećwiczenie i przeanalizowanie sytuacji wzmacniających relacje lub budujących relacje z odbiorcami działań organizacji. Uczestnicy docenią rolę świadomego budowania procesów interpersonalnych i międzyorganizacyjnych w realizowanych projektach WIEDZA Osoby uczestniczące dowiedzą się jak planować proces i ścieżki wsparcia oraz jak komunikować się efektywnie z odbiorcami działań organizacji. UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące nauczą się świadomie stosować efektywne narzędzia komunikacji oraz pracować z nastawieniem swoim i swoich odbiorców. POSTAWY Osoby uczestniczące wzmocnią przekonanie, że świadome budowanie relacji z odbiorcami wpływa na sukces działań organizacji.	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Katarzyna Bryczkowska
				zaawansowany			1-4 godzin/organizacja	
				ekspercki				
V.	20	<u>Partnerstwa oraz współpraca z partnerami z trzech sektorów - samorząd, biznes, NGO's</u>	IDEA PROGRAMU Dzięki uczestnictwu w zajęciach zarządzający i członkowie pacjenckich organizacji pozarządowych staną się bardziej otwartymi, kooperującymi i proaktywnymi partnerami w projektach realizowanych we współpracy z biznesem i administracją publiczną. WIEDZA Osoby uczestniczące w zajęciach dowiedzą się jakie są potencjalne korzyści ze współpracy na linii biznes-NGO i administracja publiczna-NGO, z uwzględnieniem specyfiki organizacji pacjenckiej. Posiadą także wiedzę na temat programów CSR, planowania i realizowania wspólnych projektów i innych działań. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy będą mieli okazję nauczyć się efektywnej współpracy z biznesem i administracją publiczną, od etapu nawiązania relacji do finalizacji wspólnych przedsięwzięć. Współpraca między III. a I. i II. sektorem stanie się bardziej profesjonalna, a co za tym idzie partnerska. POSTAWY Osoby uczestniczące w szkoleniu chętniej i odważniej będą podejmować wyzwania polegające na współpracy międzysektorowej, przyjmując rolę równoważnego i merytorycznego partnera.	podstawowy	16 godzin	16 godzin		Katarzyna Leśko
				zaawansowany			1-4 godziny/organizacja	
				ekspercki				
V.	21	<u>Negocjacje i rozwiązywanie problemów; wywieranie wpływu i asertywność jako kompetencje osobiste i organizacyjne</u>	IDEA PROGRAMU Te warsztatowe zajęcia koncentrują się na kształtowaniu i rozwijaniu praktycznych umiejętności wykorzystania metod negocjacyjnych w rozwiązywaniu problemów i konfliktów. Uczestnicy będą mieli okazję zdobyć umiejętności, jak negocjować zarówno w relacjach interpersonalnych, jak i międzyorganizacyjnych. Zapoznają się także z "ciemną stroną" negocjacji, to znaczy powszechnie stosowanymi technikami manipulacji i tzw. "brudnymi chwytami". WIEDZA Uczestnicy będą posiadali wiedzę w zakresie rozumienia i typologii problemu/konfliktu w ujęciu strukturalnym i dynamicznym. Poznają pojęcie negocjacji jako metody rozwiązywania konfliktów. Będą znać zasady przygotowania i prowadzenia negocjacji integrujących i pozycyjnych. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy będą umieli określać zakres i poziom własnych interesów w sytuacji trudnej, oraz określać cel i zakres negocjacji w konkretnej sytuacji konfliktowej, diagnozować sytuację konfliktową na poziomie wartości, relacji, struktury i danych, określać priorytety negocjacyjne i planować zakres wymian i ustępstw, niemanipulacyjnie wywierać wpływ z wykorzystaniem metod	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Krzysztof Manthey
				zaawansowany	16 godzin	16 godzin		

			perswazji, komunikacji w warstwie werbalnej i niewerbalnej, asertywnie bronić własnych insertów rzeczowych, psychologicznych i proceduralnych w toku negocjacji. POSTAWY Uczestnicy rozwiną postawę świadomego i konstruktywnego uczestnictwa w trudnych sytuacjach, będą przyjmować adekwatne postawy kooperacji i dialogu w miejsce konfrontacji i manipulacji, wrośnie poziom ich samoświadomości i samoregulacji w kontaktach społecznych.	ekspercki				
V.	22	<u>Public Affairs – jak komunikować swoje potrzeby w relacjach z decydentami w ochronie zdrowia, środowiskiem lekarskim, przedstawicielami władz, członkami parlamentu</u>	IDEA PROGRAMU Osoby uczestniczące w zajęciach zyskają dostęp do kulis pracy mediów, dzięki czemu dowiedzą się, w jaki sposób nawiązywać kontakty z dziennikarzami i będą potrafiły dobrać formę komunikacji do ich potrzeb. Zdobędą umiejętność sformułowania precyzyjnego, jednoznacznego przekazu. To umożliwi szersze i łatwiejsze przenikanie do mediów tematów, na których promocji zależy organizacjom pacjentów. WIEDZA Osoby uczestniczące w zajęciach dowiedzą się, jaka jest specyfika współpracy z dziennikarzami i osobami publicznymi. Będą znały zasady przygotowywania materiałów prasowych oraz wystąpień w mediach. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy zajęć nauczą się formułowania przekazu dla mediów – zarówno tradycyjnych, jak i cyfrowych, z podziałem na prasę, radio i telewizję. Przekaz ten będzie precyzyjny, a zarazem łatwy do upowszechniania w mediach. Osoby, które wezmą udział w szkoleniu, będą potrafiły nawiązywać kontakty z dziennikarzami oraz dostarczać im klarownie przygotowane materiały i wypowiedzi. POSTAWY Osoby uczestniczące w zajęciach będą się pewniej czuły w kontaktach z dziennikarzami i osobami publicznymi, mając świadomość, że potrafią sformułować precyzyjny przekaz medialny oraz znają specyfikę pracy mediów.	podstawowy	16 godzin	16 godzin		Katarzyna Bryczkowska, Krzysztof Manthey
				zaawansowany			3-10 godzin/or ganizacja	
				ekspercki				
V.	23	<u>Współpraca z dziennikarzami i osobami publicznymi - praktyka</u>	IDEA PROGRAMU Osoby uczestniczące w zajęciach zyskają dostęp do kulis pracy mediów, dzięki czemu dowiedzą się, w jaki sposób nawiązywać kontakty z dziennikarzami i będą potrafiły dobrać formę komunikacji do ich potrzeb. Zdobędą umiejętność sformułowania precyzyjnego, jednoznacznego przekazu. To umożliwi szersze i łatwiejsze przenikanie do mediów tematów, na których promocji zależy organizacjom pacjentów. WIEDZA Osoby uczestniczące w zajęciach dowiedzą się, jaka jest specyfika współpracy z dziennikarzami i osobami publicznymi. Będą znały zasady przygotowywania materiałów prasowych oraz wystąpień w mediach. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy zajęć nauczą się formułowania przekazu dla mediów – zarówno tradycyjnych, jak i cyfrowych, z podziałem na prasę, radio i telewizję. Przekaz ten będzie precyzyjny, a zarazem łatwy do upowszechniania w mediach. Osoby, które wezmą udział w szkoleniu, będą potrafiły	podstawowy	8 godzin	8 godzin		Aleksandra Stanisławska
				zaawansowany	8 godzin	8 godzin		

			nawiązywać kontakty z dziennikarzami oraz dostarczać im klarownie przygotowane materiały i wypowiedzi. POSTAWY Osoby uczestniczące w zajęciach będą się pewniej czuły w kontaktach z dziennikarzami i osobami publicznymi, mając świadomość, że potrafią sformułować precyzyjny przekaz medialny oraz znają specyfikę pracy mediów.	ekspercki			1-3 godziny/ kient		
VI. Finansowanie działań organizacji	VI.	24	<u>Źródła finansowania organizacji:</u> <u>fundraising: „1%”, donacje i dotacje, granty i fundusze, sponsoring, zbiórki publiczne... - przewodnik praktyczny</u>	IDEA PROGRAMU Uczestnik szkolenia po jego zakończeniu będzie znał dostępne źródła finansowania działalności organizacji pozarządowych oraz zasady korzystania z nich. Pozna także obowiązki jakie powinny zostać spełnione, aby właściwie korzystać poszczególnych form finansowania NGO, z uwzględnieniem specyfiki organizacji pacjennkich oraz zdobędzie umiejętności korzystania z poszczególnych form i źródeł. WIEDZA Uczestnicy zajęć poznają różne źródła finansowania organizacji pozarządowej, a także zasady i warunki właściwego korzystania tych źródeł. Dowiedzą się także jakie są zasady udzielania dotacji publicznych organizacjom pozarządowym. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy zajęć nauczą się efektywnie pozyskiwać środki na działalność, między innymi poprzez zbiórki publiczne, darowizny pieniężne i dary rzeczowe, sponsoring, aukcje charytatywne, loterie fantowe, pożyczki, nawiązki, składki członkowskie, świadczenie usług odpłatnych (działalność gospodarcza i odpłatna), 1% podatku i inne POSTAWY Zajęcia przyczynią się do większej otwartości i inicjatywy w działaniach na rzecz pozyskiwania środków, a także odwagi i asertywności w relacjach z partnerami	podstawowy	32 godziny	32 godziny		<u>Katarzyna Leśko, Marta Lasocka</u>
				zaawansowan y			1-2 godziny/ organiza cja		
				ekspercki					
	VI.	25	<u>Fundraising</u>	IDEA PROGRAMU Dzięki udziałowi w szkoleniu uczestnicy będą mogli skorzystać z praktycznego i długoletniego doświadczenia w zakresie zbierania pieniędzy w Internecie. W czasie spotkania zostaną omówione zarówno kwestie techniczne, jak i związane z komunikacją. WIEDZA Osoby uczestniczące w szkoleniu dowiedzą się, jak wdrożyć na stronie internetowej system wpłat i na co przede wszystkim zwrócić uwagę. Poznają platformy crowdfundingowe istniejące na polskim rynku. Uczestnicy dowiedzą się, czym jest e-mecenat i jak go wykorzystywać. Osoby uczestniczące w szkoleniu dowiedzą się, jak zbierać pieniądze przy wykorzystywaniu dedykowanych narzędzi m.in. Facebooka, Instagrama, YouTube, Twitch UMIEJĘTNOŚCI Osoby uczestniczące w szkoleniu nauczą się obsługiwać podstawowe narzędzia, które pozwolą im zbierać pieniądze za pomocą stron internetowych i portali internetowych. Uczestnicy poznają narzędzia internetowe, które pomogą im analizować działania na stronie internetowej i jej projekt. Zdobędą też umiejętności komunikowania zbiórki w social media POSTAWY Osoby uczestniczące w szkoleniu przekonają się, że w fundraisingu ważne są: zaufanie, transparentność i klarowność działań	podstawowy	16 godzin	16 godzin		<u>Anna J. Orzech, Michalina Kaczmarek, Celina Bojakowska, Jagoda Czerwiec, Marta Lasocka</u>
				zaawansowan y	8 godzin	8 godzin			
				ekspercki			1-2 godziny/ organiza cja		