



SVETIONIK ZNANJA: ALUMNI MREŽA

Segment #1

PRIJAVNI FORMULAR ZA PROJEKTA SREDSTVA

ROK ZA PODNOŠENJE KOMPLETNIH PRIJAVA: 25. NOVEMBAR 2022. GODINE, 20:00 ČASOVA

1. Rezime projekta

Naziv projekta:	Debatno takmičenje „Između dve vatre“
Mesto projekta	Beograd
Ukupno trajanje Projekta	12 dana
Ukupan procenjeni budžet	34500,00 din.
Dugoročni ciljevi projekta	Dugoročni cilj odnosi se na edukaciju o radu omladinskih organizacija, njihovim benefitima, kao i umrežavanje vršnjaka sa sličnim interesovanjima. Specifičan dugoročni cilj odnosi se na promociju Svetionika znanja i Alumni mreže, ali i ostalih omladinskih neprofitnih organizacija.
Ciljna grupa/grupe	Srednjoškolci na teritoriji Beograda.
Krajnji korisnici	Pored srednjoškolaca na teritoriji Beograda, kao učesnika događaja, krajnji korisnici su i omladinske neprofitne organizacije, koje vrše svoju promociju na samom događaju.
Procenjeni rezultati	Procenjuje se da će događaj doprineti vidljivosti neprofitnih omladinskih organizacija i edukaciji mladih o razvijanju leaderskih veština, kroz interaktivan način koji podstiče na razmišljanje i razvija veštine javnog nastupa i prezentovanja.
Glavne aktivnosti	Organizovanje debate za srednjoškolce o aktuelnim temama iz oblasti aktivizma i promovisanje tog događaja plaćenim promocijama i promocijama po školama.

2. Narativni opis projekta:

Projekat se realizuje na teritoriji Beograda, po mogućnosti u okviru prostorija ASK Centra za edukaciju. Pokriva problem kritičkog razmišljanja i edukaciju mladih o aktivizmu i omladinskim organizacijama, kroz debatan polemisanje o aktuelnim temama. Na osnovu ankete realizovane u nekoliko srednjih škola, zaključeno je da mladi nemaju dovoljno znanja o omladinskom aktivizmu, kao ni o tome da li bi trebalo da zauzmu pozitivan ili negativan stav o istom. Osnovna ideja za rešavanje ovog problema odnosi se na organizovanje događaja koji približava aktivizam mladima, te im omogućava da se zainteresuju za isti. Zavisno od interesovanja ciljne grupe, odnosno uspešnosti prvog događaja, otvaraju se mogućnosti za organizovanje događaja sa sličnom tematikom u daljem periodu.

3. Opis ciljne grupe/grupa i krajnjih korisnika

Ciljnu grupu ovog projekta predstavljaju srednjoškolci na teritoriji Beograda. Preciznije srednjoškolci koji su potencijalni mladi aktivisti, ali i učesnici Svetionika znanja i potencijalni članovi Alumni mreže.

Jedna od glavnih potreba mladih u tinejdžerskim godinama jeste ekspresija ličnosti. Pored toga oni imaju potrebu da budu uključeni u aktuelna dešavanja i da izraze svoje mišljenje. Prepreke koje sputavaju mlade da ovo ostvare jesu nedovoljna edukacija o aktivizmu i neprofitnim omladinskim organizacijama, kao i smanjena mogućnost pronalaženja prilika za aktivističke poduhvate. Zbog toga kroz ovaj projekat težimo da im približimo šta to znači biti aktivista i gde i kako se pronalaze prilike za tako nešto. Omladinske neprofitne organizacije, koje pomažu u kreiranju budućih lidera, kao krajnji korisnici su ograničeni vidljivošću, te naš projekat omogućava kako promociju samih organizacija, tako i promociju konkretnih projekata i konkursa u okviru istih.

4. Ukupni dugoročni cilj(evi) i specifičan dugoročni cilj

Dugoročni ciljevi projekata jesu jesu edukacija mladih o aktivizmu i upoznavanje učesnika sa omladinskim organizacijama, čime se ukazuje mladima da proces pronalaženja konkursa i projekata koje organizacije nude nije komplikovan. Takođe, dugoročan cilj se odnosi i na umrežavanje što učesnika, tako i organizacija.

Specifičan dugoročni cilj odnosi se na promociju organizacija, čime se utiče na njihovu vidljivost srednjoškolcima. Pored toga vrši se promocija samog projekta „Svetionik znanja“, čiji su potencijalni učesnici upravo srednjoškolci, kao i promocija Alumni mreže.

5. Očekivani rezultati

Očekivani rezultati projekta podrazumevaju veću zainteresovanost mladih za neprofitne omladinske organizacije, što automatski uključuje njihovu uzajamnu korist (organizacije postaju vidljivije mladima, dok mladi postaju zainteresovani za njih). Pored toga, vrši se edukacija mladih o razvijanju leaderskih veština kroz interaktivan način koji podstiče na razmišljanje i razvija veštine javnog nastupa i prezentovanja. Ovakvim događajem podstičemo mlade da razmišljaju kritički, i da preispitaju svoje stavove. Još jedan od očekivanih rezultata je veće angažovanje mladih po pitanju aktivizma. Merljivost rezultata moguća je sprovođenjem evaluacije događaja u vidu ankete.

Učestvovanjem u debati naša ciljna grupa ima mogućnost razvijanja na ličnom nivou (kroz podsticanje kreativnosti, rada u timu, razvijanje veština javnog nastupa i prezentovanja, kritičko razmišljanje, empatiju tj. razumevanje druge strane i želje da je saslušaju, otvaranje novih vidika i izlazak iz zone komfora). Potom, događaj ovakve vrste može imati uticaj i na njihov profesionalni razvoj (odlučivanje za razvoj karijere usmeren ka nekoj vrsti aktivizma). Takođe ovakav događaj ih može podstaći da i oni jednog dana budu organizatori nekog događaja koji se njima dopada. Još jedan od očekivanih rezultata je organizovanje serije istih/sličnih događaja u narednom periodu.

6. Detaljan opis projektnih aktivnosti

Glavna aktivnost projekta jeste organizovanje debate. Smatramo da je debata kreativan i interaktivan način za edukaciju mladih o aktuelnim temama aktivizma. Takođe, debata omogućava izlazak iz zone komfora i promeni percepcije, kao i razvijanje kritičkog mišljenja. S obzirom na to da se formiraju debatni timovi, promovise se i timski rad, kao i razvijanje leaderskih veština.

Prvi deo projekta odnosi se na promociju događaja. Promocija događaja će uključivati plaćene reklame na Instagram-u i Facebook-u po modelu CPC (cost per click). Pored toga, promocija bi se vršila uz pomoć objavljivanje postova na društvenim mrežama partnerskih organizacija. U okviru plaćenih reklama, kao i u komentarima ispod postova bi bio ostavljen link¹ koji vodi do prijavnog formulara. Pored ovakve vrste promocije, u planu je i promocija po srednjim školama na teritoriji Beograda, čiji su predstavnici đučkog palmaneta već kontaktirani. Popunjavanje prijavnog formulara bi se odvijalo do 5. decembra. Nakon čega bi se vršila selekcija prijavljenih kandidata, na osnovu njihove zainteresovanosti za događaj kao učesnika debate ili posmatrača. Prijavni formular pokriva pitanje zainteresovanosti kandidata da se prijave kao učesnici ili posmatrači. Događaj je osmišljen tako da ima 12 učesnika debate i 28 posmatrača. Prijavnim formularom se broj učesnika ograničava, kako bi se izbegla prevelika dolaznost, s obzirom na to da smatramo da debata bolje funkcionise sa manjim brojem ljudi, kako bi svi debateri stigli da izraze svoje mišljenje.

Debatno takmičenje je osmišljeno iz tri runde. Prvobitno će postojati 4 tima po 3 učesnika. Učesnici će biti raspoređeni u timove izvlačenjem ceudljica sa brojem tima (od 1 do 4) i natpisom „za“ i „protiv“, koji će se odvijati na samom događaju. Time se povećava verovatnoća da će učesnici razvijati kritičko mišljenje i preispitati svoje stavove o određenoj temi. Teme o kojima bi se debatovalo su aktuelne teme iz oblasti aktivizma.

¹ <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdOwbQSPQ-OdDS4HxpEGxYUy8Lv8VnM1FF17GzNJWuV9OJ2EA/viewform>

Predlog tema:

- Prava žena: Da li bi na radnim mestima trebalo da postoje kvote, koliki procenat žena bi trebalo da bude zaposlen?
- Socijalne mreže: Da li nas socijalne mreže čine manje socijalnim?
- Sloboda govora: Da li bi društvene mreže trebalo da banuju ljude?
- Ekologija: Da li prenaseljenost planete ugrožava životnu sredinu?

U prvoj rundi bi 2 tima debatovale, po 10 minuta. Isto toliko vremena bi trajala i druga runda. Dva pobjednička tima, prelaze u treću rundu. Sudija ovog mini debatnog turnira će biti Marko Vasiljević, koordinator i glavni trener Debatnog kluba Filološke gimnazije.

Ukupno vreme trajanja događaja procenjuje se na 3 sata. Pri čemu bi se pored debate (ukupno vreme trajanja 3x20min.), učesnicima predstavilo nekoliko gostiju projekta. Odnosno predstavnici neprofitnih omladinskih organizacija, čime se ujedno vrši i njihova promocija, kao i nekoliko aktivista koji bi govorili o njihovim iskustvima/počecima angažovanja u ovoj oblasti. Za pobjednike debate biće pripremljene nagrade.

Po završetku događaja biće urađena evaluacija u vidu Google upitnika o utiscima sa događaja, čime bismo stekli uvid u to kakvi su utisci učesnika i publike, ali i gostiju događaju. Ovaj korak, nam omogućava da udivimo dobre i loše strane organizacije, kao i da unapredimo naredne događaje.

7. Saradnja sa relevantnim zainteresovanim stranama

Saradnja za realizaciju projekta ostvarena je sa Učeničkim parlamentom VI i XIII beogradske gimnazije, kako bi se efikasno vršila promocija događaja. Takođe, Debatni klubovi Filološke, Četrnaeste i Pete beogradske gimnazije su otvoreni za saradnju.

Pored toga nezvanični partneri projekta čiji bi predstavnici prisustvovali događaju, ujedno i vršili promociju su i organizacije: Asocijacija za afirmaciju i kulturu, Naš svet naša pravila, Evropski parlament mladih Srbije i Kancelarija za mlade grada Beograda. Gosti projekta o čijem će se iskustvu na temu aktivizma govoriti su Lana Nikolić – aktivista i voditelj radija Beograd 202, Mila Stanković – aktivista i Maja Trajković – članica Upravnog Odbora Evropskog parlamenta mladih Srbije. Takođe, jedan od nezvaničnih partnera je i Naučno-tehnološki park Beograd, koji su nam omogućili da se događaj održi u njihovim prostorijama.

Organizaciona struktura tima za realizaciju akcije podeljena je na 3 dela u koje spadaju:

- Projektni menadžer
- Logistički menadžer
- Menadžer za marketing

Ovakvom raspodelom se omogućava efikasno izvršavanje akcija, u kratkom vremenskom periodu do odigravanja događaja.

Osnovno sredstvo za realizaciju akcije u prvoj fazi jeste promo materijal za reklamiranje na društvenim mrežama plaćenim reklamiranjem i postavljanjem objava na nalogima partnera projekta. Za odigravanje događaja neophodno je iznajmiti prostor kapaciteta do 50 ljudi. Potrebe opremljenosti prostora su postojanje video i audio opreme, čime bi se dodatno vršila promocija partnerske organizacije. Za događaj potrebno je obezbediti, dovoljan broj promo materijala (nalepnica), agendi, kao i hrane (čokoladice i sokovi).

8. Uticaj projekta

Potencijalni rizik projekta jeste mala zainteresovanost ili mali odziv na sam događaj. U tom slučaju sam događaj se otkazuje/pomera. Do novog zakazanog termina radi se dodatno i poboljšano promovisanje događaja. Drugi potencijalni rizik je prevelik odziv, što se rešava ograničavanjem broja učesnika prijavama. Pored ovoga, takođe postoji i rizik fizičke nemogućnosti gostiju događaja da se pojave na istom, te je potrebno pripremiti i alternativu kako bi se događaj uspešno realizovao u digitalnoj varijanti.

Nakon završetka projekta, biće urađena evaluacija u vidu ankete učesnika o njihovim utiscima sa događaja. Na osnovu nje će se utvrditi kolika je zainteresovanost za organizovanje dodatnih događaja. Zavisno od zainteresovanosti, razvije se dalja strategija za promociju. Dalje aktivnosti se odnose na uključivanje dodatnih sponzora ili alternativnih metoda za osiguravanje sredstava za potrebe organizovanja.

Potencijalni uticaj ovog događaja, nakon realizacije i povećanja frekventosti i obima, je takav da može doći do promene programske politike i zakonodavstva u sferi tema koje bivaju obrađene na debatama, a koje se tiču omladinskog aktivizma u politici, ekologiji, ljudskim i manjinskim pravima i slično.

9. Budžet

R.br.	VRSTA TROŠKOVA	TRAŽENA SREDSTVA
A.	Troškovi marketinga	
1.	Reklama putem društvenih mreža (Instagram - CPC)	11 000,00 din
UKUPNO:		11 000,00 din
B.	Troškovi prostora²	
1.	Zakup prostora sa opremom (projector, ozvučenje, mikrofoni) do 50 ljudi na 3h	11 000,00 din
UKUPNO:		11 000,00 din
C.	Troškovi događaja	
	Troškovi hrane (čokoladice, sokovi)	2000,00din
	Troškovi promo materijala (nalepnice)	1000,00 din
	Troškovi štampanja (agenda)	500,00 din
UKUPNO:		3500,00 din
D.	Nepredviđeni trošak	
UKUPNO:		9000,00 din
UKUPNO TROŠKOVI PROJEKTA (A+B+C+D)		34500,00 din

² Ukoliko bude neophodan zakup prostora.

