



SVETIONIK ZNANJA: ALUMNI MREŽA

Segment #3

PRIJAVNI FORMULAR ZA PROJEKTA SREDSTVA

ROK ZA PODNOŠENJE KOMPLETNIH PRIJAVA: 15. MART 2023. GODINE, 23:59H

PRILOG A. PRIJAVNI FORMULAR

1. Rezime projekta

Molimo vas da popunite tabelu ispod, koja ne bi trebalo da prelazi 1 stranu (*izbrisati tekst koji je upisan u desnu kolonu (italic text) i upisati podatke o projektu*).

Naziv projekta:	<i>Dizajniraj humaniji svet</i>
Mesto projekta	<i>Beograd, Novi Beograd</i>
Ukupno trajanje Projekta	<i>Period realizacije projekta je od 28.marta do 4. aprila.</i>
Ukupan procenjeni budžet	<i>21600.00 RSD</i>
Dugoročni ciljevi projekta	<i>Dugoročni ciljevi: podizanje svesti mladih o značaju humanitarnog angažovanja u društvu i ukazivanje na značaj dizajna u procesu osmišljavanja i realizacije humanitarnih pokreta. Specifičan dugoročni cilj: podizanje nivoa veština i kompetencija mladih za učestvovanje u humanitarnim akcijama, organizacijama i projektima.</i>
Ciljna grupa/grupe	<i>Učenici II i III razreda srednjih škola.</i>
Krajnji korisnici	<i>Krajnji korisnici će biti svi učesnici radionice, nastavnici i srednja škola u kojoj će projekat biti sproveden; korist će imati celokupna zajednica humanitarnih organizacija.</i>
Procenjeni rezultati	<i>Procenjeni rezultati ovog projekta su: 1. 30 mladih će biti osposobljeno za specifične zahteve pronalaženja grafičkog rešenja u humanitarnom radu. 2. Nastavnici će steći znanje u oblasti iskustvenog i akcionog učenja koje će za posledicu imati veći kvalitet nastave za sve učenike/ce. 3. Veće aktiviranje mladih u oblasti humanitarnog rada.</i>
Glavne aktivnosti	<i>Tri trosatne radionice, online kampanja.</i>

2. Narativni opis projekta: (- Oblast u kojoj se realizuje projekat; -Opis stanja/problema na koji se projekat odnosi; Uzroci nastanka i ograničenja za rešavanje; - Mogućnost razvijanja projekta i njegova održivost)

Projekat se realizuje u oblasti humanitarnog rada. Svedoci smo sve većeg napredovanja digitalnih tehnologija, brzog razvoja novih trendova u dizajnu, kao i sve veće potrebe za humanitarnim akcijama, intervencija humanitarnih organizacija i neophodnosti poznavanja raznih koncepata saranje i međuljudske komunikacije.

Cilj ovog projekta jeste obučavanje mladih kako da efikasno, brzo i kvalitetno dopru do što većeg broja ljudi koristeći (digitalni) dizajn kao svoj primarni alat. Kroz nedelju dana intenzivnog rada sa 30 mladih ljudi uztasta 15-16 godina (II i III razred srednje škole) ćemo stvoriti okruženje u kom će oni moći da uče o važnosti dizajna u humanitarnom radu, o humanitarnom radu uopšte, njegovoj istoriji i važnosti, kao i prilikama koje im se pružaju kroz projekte Svetionika znanja i Alumni mreže; kroz tri tematske radionice mladi će proći kroz procese iskustvenog i akcionog učenja, sa naglaskom na konceptu saradnje kao ključnom konceptu u humanitarnom radu.

Problem koji projekat rešava je nedovoljna svesnost mladih o problemima sa kojima se susreće humanitarni rad, kao i nesvesnost o ulozi dizajna i menjanju takvog položaja humanitarnog rada. Projekat ima prostora za napredovanje kroz aktivno zalaganje učesnika koji će proći kroz sve njegove faze i diseminacijom stečenih znanja i iskustava doprineti širenju znanja i svesti o važnosti dijaloga o ovoj temi.

3. Opis ciljne grupe/grupa i krajnjih korisnika

- *Primarna ciljna grupa ovog projekta su srednjoškolci II i III godine srednjih škola. Razlog za izbor ovakve ciljne grupe je kompromis između već stečenog iskustva i znanja mladih na datu temu, kao i obzir prema potrebama starijih (IV godina – pripremanje za prijemni ispit na fakultete) i mlađih (I godina – uhadavanje i socijalizacija u novoj sredini). Odabrana ciljna grupa predstavlja pojedince koji će sa razumevanjem i lakoćom moći da prate radionice i aktivno učestvuju.*

Sekundarna ciljna grupa, na koju se poziv ne odnosi direktno su nastavnici srednje škole u kojoj će projekat biti sproveden. Imajući u vidu da će projekat biti realizovan u setingu neformalnog obrazovanja, poštujući sve njegove principe i koristeći odabrane tehnike iskustvenog i akcionog učenja, nastavnici će imati priliku da nauče neke od pomenutih tehnika i kasnije ih primenjuju u svom radu sa ostalim učenicima.

Krajnji korisnici su svi ostali učenici izabrane srednje škole, nastavnici koji neće direktno prisustvovati radionicama, kao i celokupna zajednica i društvo koji će za ovaj projekat čuti kroz planiranu online kampanju i diseminaciju učenika posle projekta.

- *Kao potrebe naše primarne ciljne grupe prepoznamo želju za znanjem iz oblasti humanitarnog rada, dizajna u humanitarnom radu, potrebu za uključivanjem u društvene tokove i povezivanju sa vršnjacima uvažavajući humanitarne vrednosti. Moguća ograničenja ove ciljne grupe su nedovoljno znanje iz pomenute oblasti, kao i nedovoljno razvijen osećaj za saradnju i empatiju. Projekat ova ograničenja prevazilazi svojim radioničarskim tehnikama rada, stručnim predavačem i fasilitatorom, kao i raznovrsnim materijalima koji će biti uključeni u rad. Projekat na potrebe odgovara svojim konceptom koji u središte stavlja razvoj*

saradničkih veština učesnika, kao i razvoja veština dizajna u humanitarnom radu (koji ispunjava njihovu drugu potrebu: želju za znanjem iz pomenute oblasti); povezivanje sa vršnjacima uvažavajući humanitarne vrednosti projekat rešava povezivanjem učesnika sa predstavnicima organizacije „MladiCe“.

Potrebe sekundarne ciljne grupe projekat obrađuje na sledeći način: nastavnicima će biti pružena prilika da učestvuju u projektu u kome će videti i u praksi dožveti vršnjačku edukaciju, posmatraće tokove iskustvenog i akcionog učenja, uvideće načine na koje svoju nastavu mogu učiniti neformalnijom i efikasnijom za učenike. Ograničenja ove grupe prepoznajemo u njihovoj eventualnoj zatvorenosti prema promenama i novim metodama rada, što ćemo promeniti davajući im uvid u feedback učesnika, pokazujući im uspešnost radionica, i u krajnjem slučaju, pozivajući ih da i oni sami reflektuju na procese koji su održani i ohrabrujući ih da uvide promenu.

Krajnji korisnici, odnosno ne-direktno uključeni učenici, nastavnici, drugo osoblje odabrane škole, šira javnost i zajednica u celini ima potrebu za ovakvim projektom, koju prepoznajemo kao izrazitu, način na koji projekat obrađuje ovu potrebu jeste njegova realizacija. Potencijalna ograničenja ove grupe ne prepoznajemo, jer smatramo da je dovoljno široka, kao i da je naša odabrana tema dovoljno široka da se svako u njoj pronađe.

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

- *Ukupni dugoročni cilj (1) - podizanje svesti mladih o značaju humanitarnog angažovanja u društvu: projekat će pomoći mladima da uvide, nauče i primene znanje koje će steći tako da u budućnosti mogu lako da prepoznaju prilike za humanitarno delovanje i angažovanje u različitim humanitarnim akcijama, organizacijama i pokretima koristeći svoje dizajnersko znanje. Mladi koji prođu kroz seriju radionica moći će da identifikuju probleme u grafičkim rešenjima humanitarnih akcija i svojim znanjem će doprineti rešavanju tih problema.*
- *Ukupni dugoročni cilj (2) - ukazivanje na značaj dizajna u procesu osmišljavanja i realizacije humanitarnih akcija: imajući u vidu da se nalazimo u digitalnoj eri kada se informacije mahom samo skeniraju pogledom, došli smo do zaključka da je dobar dizajn ono što privlači ljude da se zadrže i dođu do poruke koju želimo da prenesemo. Zbog toga će mladi koji prođu kroz seriju radionica biti osposobljeni da naprave takva grafička rešenja da se njihovi korisnici zadržavaju na njima, skeniraju ih i odlučuju da pročitaju detalje akcije.*
- *Specifičan dugoročni cilj - podizanje nivoa veština i kompetencija mladih za učestvovanje u humanitarnim akcijama, organizacijama i projektima: kroz radionice koje će biti sprovedene učesnici će steći specifičan set veština i kompetencija koje će im pomoći da: kritički sagledavaju probleme, nauče koji su elementi jednog grafičkog rešenja i kako da ih postavie tako da brzo dođu do prigodnog (grafičkog) rešenja; set neophodnih veština za kvalitetno i efikasno delovanje u humanitarnom radu sadrži u sebi i znanja o humanitarnom radu kao takvom, njegovim potencijalnim problemima i načinima za njihovo rešavanje, kao i međuljudske komunikacije i odnosa u setingu humanitarne akcije, organizacije ili projekta.*

5. Očekivani rezultati

- Prvi očekivani rezultat je da će 30 mladih biti osposobljeno za specifične zahteve pronalaženja grafičkog rešenja u humanitarnom radu, ciljnoj grupi je to od značaja jer proširuje spektar svojih kompetencija, znanja i mogućnosti. Krajnji korisnici i zajednica uopšte se pomera prema boljoj, zdravijoj i humanijoj imajući veći broj mladih koji prepoznaju značaj humanitarnog rada i usavršavanja svojih znanja i kompetencija na polju pronalaženja grafičkih rešenja u oblasti važnoj za budućnost.
- Drugi očekivani rezultat ovog projekta se odnosi na nastavnike srednje škole u kojoj će projekat biti sproveden; on predpostavlja da će nastavnici steći znanje u oblasti iskustvenog i akcionog učenja koje će za posledicu imati veći kvalitet nastave za sve učenike/ce škole-partnera. U planiranim radionicama ćemo upotrebiti tehnike iskustvenog i akcionog učenja da bi učesnici i nastavnici koji će biti prisutni dobili potpuno iskustvo neformalnog obrazovanja u oblasti humanitarnog rada i dizajna u humanitarnom radu.
- Konkretni rezultati koji se očekuju su primarno, 30 mladih ljudi motivisanih i osposobljenih da uzmu uloge aktivnih staralaca promena u svom okruženju; sekundarno, podizanje svesti o važnosti ovakve vrste projekata na lokalnom nivou; tercijarno, uspostavljanje saradnje sa srednjim školama. Projekat će poboljšati situaciju ciljne grupe pružajući im mogućnost, prostor i stručnost za sticanje i unapređivanje kompetencija u obastima humanitarnog rada, dizajna i dizajna u humanitarnom radu. Projekat takođe poboljšava situaciju krajnjih korisnika pružajući priliku za razvoj zajednice i pojedinaca u njoj, kao koraku ka boljem društvu.

6. Detaljan opis projektnih aktivnosti

- Projekat se sastoji od tri faze; svaka od njih u sebi sadrži nekoliko aktivnosti i to:
 1. faza: 23.3.2023. – 27.3.2023. Početak online kampanje, prijava i odabir učesnika.

Početak online kampanje podrazumeva deljenje vesti o početku prijave za projekat i početka projekta na društvenim mrežama i ako se za to stvore uslovi, pojedinim digitalnim medijima za mlade. Učesnici će popunjavati online prijavu (Google formular), koja će od njih zahtevati da pored osnovnih kontakt informacija iznesu i svoju motivaciju za učešće u projektu, tako da će se bitari najmotivisaniji učesnici. Odabrani učesnici će biti obavešteni o svojoj participaciji u projektu balgovremeno nakon selekcije.
 2. faza: 28.3.2023. – 4.4.2023. Radionice sa odabranim učesnicima
Druga faza projekta je ključna, ona se sadrži tri tematske radionice. Prva radionica je namenjena upoznavanju učesnika sa ciljevima, načinom rada na projektu, njihovim očekivanjima, strahovima i načinima za doprinos, pojmom humanitarnog rada i humanitarnosti, kao i team building i igricama za upoznavanje. Na ovoj radionici će takođe biti reči o važnosti ličnog razvoja i prilika za lični razvoj koje se mladima pružaju kroz projekte Svetionika znanja i Alumni mreže. Diskutovaće se o znanju učesnika u oblasti humanitarnog rada i nastojaće se da se neformalnim pristupom i radioničarskim vidom edukacije to znanje

proširi. Druga radionica je koncipirana tako da učesnicima pruži uvid i priliku da isprobaju dizajn u humanitarnom radu, kao i da ih upozna sa konceptom saradnje koji je jedan od ključnih za humanitarni rad uopšte. Vođena od strane stručne saradnice koja ima iskustva u oblasti dizajna u humanitarnom radu, učesnici radionice će imati priliku da nauče potrebne veštine za rad na idejama koji im predstoji. Rad na idejama je osmišljen tako da učesnici u periodu od četvrtka do utorka rade u grupama od petoro (već izabranih učesnika) grafičko rešenje u vidu posetra za jednu od oblasti humanitarnog rada za koju se opredele, poštujući sve naučene principe za vreme radionica. Cilj tog zadatka je da sarađuju sa što više ljudi na njegovom rešavanju. Treća radionica je namenjena za refleksiju učesnika o njihovom iskustvu za vreme rada na idejama, o timskom radu, radionicama i njihovom konceptu uopšte; da pitaju stručnu saradnicu sve što ih zanima o dizajnu u humanitarnom radu, traže joj savete i prikažu krajnje produkte koji su njihovi timovi napravili i objasne kako je izgledao proces dolaska do ideje, ko su bili ljudi sa kojima su sarađivali za to vreme i da objasne način na koji će sprovesti diseminaciju projekta u svojim zajednicama.

3. faza: 4.4.2023. – 8.4.2023. Diseminacija projekta i završetak online kampanje

Učesnici će uraditi neki vid diseminacije projekta koji njima bude bio najlagodniji i najpristupačniji. Ova faza podrazumeva i kraj online kampanje koja podrazumeva objavljivanje na društvenim mrežama da je projekat gotov i ako se za to stvore uslovi, pojedinim digitalim medijima za mlade.

- Ove aktivnosti su odabrane jer smatramo da će one najbolje uticati na razumevanje mladih o ovoj temi. Neformalno obrazovanje i radioničarski pristup će našim učesnicima omogućiti bolje razumevanje teme i veće udubljenje u istu, tako da će navedeni rezultati biti ispunjeni i kvalitetni. Konkrento: online kampanja pre i posle sprovođenja projekta je način da obavestimo mlade i širu javnost o tome koje aktivnosti će biti/su bile održane u cilju edukacije i osposobljavanja mladih u oblasti dizajna u humanitarnom radu. Serija radionica je način da dopremo do mladih tako da im približimo ono što želimo da im prenesemo na način koji će im biti interesantniji i interaktivniji. Period izdvojen za rad na idejama je izuzetno važan u ovom relativno umetničkom projektu, jer ostavlja učesnicima dovoljno vremena da prođu ceo proces kreativnog mišljenja, i samim tim, da adekvatno reflektuju o svom iskustvu na kraju projekta. Disiminacija projekta je važna jer je to način da što veći broj mladih, kao i šira javnost čuje za sprovedeni projekat.

- Ključne zainteresovane strane na ovom projektu su:

Grafičko-medijska škola u Beogradu - kao izabrana srednja škola za sprovođenje projekta, ujedno i partner na projektu;

Organizacija MladiCe - stručna predavačica je volonterka ove organizacije, samim tim i njena predstavnik uzimajući u obzir da će deliti svoje iskustvo volontiranja u oblasti dizajna u humanitarnom radu;

Nastavnici i stručno osoblje Grafičko-medijske škole – kao sekundarna zainteresovana strana predstavlja važan faktor u sprovođenju ovog projekta, uzimajući u obzir njihovu prisutnost u školi za vreme sprovođenja radionica;

Učesnici Grafičko-medijske škole – izuzetno važna zainteresovana strana, imajući u vidu da je polovina učenika ove škole naša direktna ciljna grupa.

7. Saradnja sa relevantnim zainteresovanim stranama

- *Uloga Grafičko-medijske škole je davanje prostora za realizovanje projekta i eventualnih stručnih sugestija. Ova srednja škola, kao jedina škola kreativne industrije u Srbiji je odabrana zbog svoje duge tradicije učestvovanja u humanitarnim akcijama, projektima i podržavanju ličnog razvoja njihovih učenika.*
- *Organizaciona struktura se sastoji od: projektnog koordinatora, projektnog asistenta, stručnog saradnika (koji ima zadatak da učesnicima prenese svoje znanje na radionici i da im olakša proces učenja i sticanja veština); i partnera u odabranoj srednjoj školi (to su: predsednik Učeničkog parlamenta – sa zadatkom da poveća znanje učenika odabrane srednje škole o tome da će se projekat održati u njihovoj školi, da ih motiviše da se prijave na radionice i isprati radionice o kojima će kasnije biti govora i interne evaluacije Učeničkog parlamenta; nastavnik koordinator Učeničkog parlamenta – sa zadatkom da bude komunikacijska spona između organizatora projekta, školske uprave i direktora, kao i Učeničkog parlamenta, pored toga zadatak nastavnika koordinatora je da obavesti nastavnike odabrane srednje škole o datumima i temi projekta koji će se održati u prostorijama škole).*
- *Glavna sredstva koja se predlažu za sprovođenje akcije su: flip chart papiri, markeri, hemijske olovke, bojice, grafitne olovke, beli i A4 papiri u boji, sticky notes, selotejp, makaze, flipchart, štampa krajnjih produkata učesnika ako njihovi krajnji produkti to budu zahtevali.*

8. Uticaj projekta

- *Nakon završetka projekta očekujemo na mladi koji su bili uključeni u projekat shvate važnost humanitarnog rada, zastupljenost dizajna u njemu, važnost koncepta saradnje i da će preneti svoje stečeno znanje na svoje vršnjake. Projekat će uticati i na sve ostale učenike odabrane srednje škole tako što će 6 završnih radova biti izloženo u holu škole, koji svakodnevno posećuje oko 800 mladih. Ovim projektom ćemo ciljnoj grupi proširiti svest o humanitarnom radu, vršnjačkoj edukaciji, dizajnu, konceptu saradnje i pružiti im iskustvo radioničarskog rada i neformalne edukacije.*
- *Rizik koji prepoznajemo kao najveći jeste nezainteresovanost potencijalnih učesnika. U slučaju da ne prikupimo dovoljan broj prijava, planiramo da proširimo oblast projekta i na druge opštine Beograda, kao i na druge gradove Srbije (putni troškovi neće biti refundirani). Sledeći potencijalni rizik jeste da odabrana srednja škola odbije saradnju na ovom projektu, u tom slučaju ćemo se obratiti drugoj srednjoj školi sa dugom tradicijom humanitarnog rada, podržavanja ličnog razvoja kod njihovih učenika – Zemunskoj gimnaziji. U slučaju da stručni saradnik iz organizacije MladiCe odbije saradnju ili bude sprečen u njoj, kontaktiraćemo druge vršnjače edukatore iz te organizacije, ako i oni odbiju, kontaktiraćemo Crveni Krst Novog Beograda.*
- *Posle realizacije projekta očekujemo da će učesnici projekta ohrabriti nastavnike i Učenički parlament odabrane škole da u budućnosti samostalno ili uz podršku odabrane nevladine*

organizacije organizuju slične aktivnosti u svojoj školi, kao i da će se ova ideja proširiti na Uniji srednjoškolaca Srbije i ostalim kanalima komunikacije između srednjih škola.

9. Budžet

R.br.	VRSTA TROŠKOVA	TRAŽENA SREDSTVA
A.	Marketing	
1.	Sponzorisanе objave	1100.00 RSD
УКУПНО:		1100.00 RSD
Б.	Troškovi programskih/projektnih aktivnosti	
1.	Materijali za radionicu (papiri, flipchart blokovi, markeri, sticky notes...)	3400.00 RSD
2.	Predavač	6000.00 RSD
3.	Osveženje za učesnike	5100.00 RSD
4.	Iznajmljivanje prostora	0.00 RSD
УКУПНО:		14899.00 RSD
B.	Troškovi štampe	
1.	Promotivni materijal	6000.00 RSD
УКУПНО:		6000.00 RSD
УКУПНИ ТРОШКОВИ ПРОЈЕКТА (А+Б+В)		21600.00 RSD