



Erasmus+

VŠEOBECNÝ POPIS BLOKU

STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ

Strategické plánování (8)

POPIS:

Orgány zastupující mladé lidi mají obvykle funkční období, tj. jsou voleny na určité období. Dlouhodobé strategické plánování je pro ně důležité jak během funkčního období Rady mládeže (RM)/Mládežnického parlamentu (MP), tak pro pokračování jejich činnosti v dalším funkčním období, protože mnoha cílů nelze dosáhnout během 2-3 let. Každý člen RM/MP by měl vědět, jaké jsou cíle RM/MP, jakými hodnotami se řídí plánované a realizované činnosti, jak byly cíle stanoveny a jak budou realizovány. Měli by se podílet na plánování.

ZNALOSTI:

- Zná a chápe základní pojmy související se strategickým plánováním.
- Zná strukturu strategického plánu.
- Zná základní kroky strategického plánování.

DOVEDNOSTI:

- Schopnost provádět analýzu potřeb a současného stavu.
- Schopnost pracovat na strategickém plánu RM/MP.

POSTUPY:

- RM/MP se při své činnosti řídí hodnotami stanovenými v prohlášení o poslání RM/MP. Při plánování činností zohledňuje strategické a dlouhodobé cíle.
- Je přesvědčen o výhodách strategického plánování.

Strategické plánování

CÍL
(čeho konkrétně
chceme blokem
dosáhnout)

Připravit členy RM/MP na práci a jednání v souladu se strategickým plánem RM/MP tým, že:

- získání základních znalostí o strategickém plánování,
- získávání zkušeností s účastí ve skupinových procesech,
- rozvoj verbálních a neverbálních komunikačních dovedností,
- zažívají náročné situace, v nichž lze cíle dosáhnout pouze spoluprací, plánováním a vhodným využitím zdrojů,
- Seznámení účastníků s tím, jaké informace o cílové skupině RM/MP potřebuje a za jakým účelem,
- zvládnutí základních principů tvorby dotazníků,
- seznámení se s principy a postupem analýzy SWOT,
- seznámení s prvky nezbytnými pro přípravu akčního plánu,
- učení se o metodách plánování,
- získání schopnosti plánovat čas podle kritérií důležitosti a naléhavosti,
- stanovení priorit konkrétních akcí RM/MP,
- seznámení s prvky nezbytnými pro přípravu akčního plánu,
- učení se o metodách plánování.

POMŮCKY

Flipchart + fixy
Počítač s připojením k internetu + projektor
Smartphone/tablet s připojením k internetu pro každého účastníka
Barevný papír
Tužky
Připraveno k testování v aplikaci www.kahoot.it
Příloha 1 - Odpovědi na testové otázky
Příloha 2 - Důležité pojmy strategického plánování (k vytištění)
Příloha 3 - Zásady pro tvorbu dotazníku
Příloha 4 - Příklady činností MP/RM
Příloha 5 - Eisenhowerova matice

Strategické plánování

ČAS

235 minut

OBSAH

- Co je to strategické plánování?
- Koncepty relevantní pro strategické plánování
- Analýza cílové skupiny - jaké informace potřebujeme
- Analýza fokusní skupiny - jaké výzkumné nástroje používáme
- SWOT analýza
- Vypracování strategického plánu
- Eisenhowerova matice v plánování

Blok 1.

~ 15 min.	Co je to strategické plánování?
Cíl	• Získat základní znalosti strategického plánování.
Pomůcky	Příprava: • Vývoj testu v aplikaci Kahoot www.kahoot.it • Otázky a správné odpovědi Příloha 1 • Chytrý telefon nebo počítač s připojením k internetu pro každého účastníka (nebo dvojici účastníků). • Počítač s internetem • Projektor a plátno

Co je to strategické plánování?



~ 15 min.	Co je to strategické plánování?
pokyny	Co je to strategické plánování? - test Na začátku informujeme účastníky o tématu školení. Můžeme použít různé technologie prostřednictvím testu, např. : www.kahoot.it, jamboard na google drive, nebo prostřednictvím teams, vytvoříme 10 otázek typu pravda-nepravda). Výsledek testu nehraje roli, protože právě to se dozvíme. Na konci školení můžeme test zopakovat a ověřit, co se účastníci naučili. Po zadání úkolu poskytneme účastníkům odkaz na test na webových stránkách a zároveň test zobrazíme prostřednictvím dataprojektoru, aby všichni účastníci mohli vidět otázky a odpovídat na ně na svých mobilních telefonech nebo počítačích. Po každé odpovědi se zobrazí výsledky.
vyhodnocení analýzy	V závěru shrneme testové otázky a zeptáme se: Co bylo nejtěžší. Při vysvětlování jednotlivých otázek můžeme využít přílohu 1, kde jsou uvedeny správné odpovědi na test. Připravíme účastníky na další sezení, kde se budeme dále zabývat tématem strategického plánování.

Koncepty relevantní pro strategické plánování



~ 30 min	Koncepty relevantní pro strategické plánování
Cíl	• Získat zkušenosti s účastí ve skupinových procesech. • Rozvoj verbálních a neverbálních komunikačních dovedností. • Zkušenost s náročnou situací, v níž lze cíle dosáhnout pouze spoluprací, plánováním a vhodným využitím zdrojů.
Pomůcky	• 8 vytištěných listů A4 s pojmy souvisejícími se strategickým plánováním • 8 vytištěných listů A4 s vysvětlením pojmů souvisejících se strategickým plánováním Počet listů pro jednu skupinu je 8+8, pokud máme více skupin, vynásobíme počet listů počtem skupin. Je důležité, aby každá skupina měla k dispozici základních osm listů s pojmy a vysvětlivkami. Příloha 2
pokyny	Koncepty relevantní pro strategické plánování Rozdělíme účastníky do skupin po 3-5 a informujeme je, že v této části školení se zaměříme na vysvětlení pojmů souvisejících se strategickým plánováním, přičemž zdůrazníme, že je důležité, aby jim dobře rozuměli. Každá skupina obdrží celkem 16 listů papíru A4: • 8 s pojmy souvisejícími se strategickým plánováním, • 8 s vysvětlením těchto pojmů. Úkolem každé skupiny je spojit pojmy se správnými vysvětleními. Každá skupina si pak vybere zástupce, který vysvětlí, jak byly "vysvětlivky" k pojmům přiřazeny. Jaký význam pro ně mají a jak mohou s těmito definicemi pracovat. Ostatní skupiny přidají své názory/vysvětlení. Každé vysvětlení pak shrneme a doplníme o důležité prvky, které nebyly zmíněny. Poslání Rady mládeže Dalším úkolem pro skupiny je napsat poslání RM/MP, a to tak, že odpoví na následující otázky: Co dělá RM? Proč to dělá? Pro koho to dělá?

Koncepty relevantní pro strategické plánování



~ 30 min	Koncepty relevantní pro strategické plánování
pokyny	Skupiny prezentují své odpovědi (mohou být napsány na papíře). Proběhne diskuse o tom, která odpověď účastníkům nejlépe vyhovuje. Všichni společně vytvoří programové prohlášení - může to být jedno z těch, které vytvořily skupiny, nebo souhrn jejich částí (napíší si ho na papír/flipchart). Vize Po formulaci poslání RM/MP vyzveme účastníky, aby si představili RM/MP např. za 5 až 10 let a zamysleli se nad tím, jak chtějí, aby vypadala, a co od ní očekávají. Na tomto základě můžeme společně vypracovat vizi pro RM/MP. Společně zformulujeme vizi RM/MP a zapíšeme ji na papír/flipchart.
vyhodnocení analýzy	Zdůrazníme, že vypracované poslání a vize provázejí realizaci každé činnosti RM/MP; každý člen RM/MP by s nimi měl být seznámen.

Analýza cílové skupiny - jaké informace potřebujeme



~ 15 min	Analýza cílové skupiny - jaké informace potřebujeme
Cíl	• Seznamte účastníky s tím, jaké informace o cílové skupině RM/MP potřebuje a k jakému účelu slouží.
Pomůcky	• Samolepící papírky • Flipchart • Fixies
pokyny	Analýza cílové skupiny Na začátku setkání se Školitel zeptá - kdo je cílovou skupinou aktivit RM/MP? Společně tuto skupinu identifikují (např. mladí lidé ve věku 12-20 let). Poté proveďte brainstorming pomocí lepících papírků - 3 kusy na osobu. Účastníkům položíme otázku: "Jaké informace potřebujeme vědět o naší cílové skupině?" Na každý ze tří papírků napíšou účastníci 1 informaci - celkem 3 informace, které považují za důležité (např. typ školy, věk, zájmy...). Rozdělte flipchartový papír na polovinu: v první části je text: demografické údaje (věk, počet obyvatel, velikost obce...) v druhé polovině je text: psychografické údaje (potřeby, zájmy, činnosti, postoje, hodnoty). Účastníci nalepí lístečky s informacemi na příslušnou polovinu. Analýzujte, co účastníci napsali do jednotlivých oddílů, a vysvětlete rozdíl mezi demografickými a psychografickými údaji. Vedeme diskusi s účastníky: Která kategorie informací je pro Radu mládeže/Mládežnický parlament důležitá? Proč? Jak a k jakému účelu ji lze použít?

Analýza cílové skupiny - jaké informace potřebujeme



~ 15 min	Analýza cílové skupiny - jaké informace potřebujeme
vyhodnocení analýzy	Aktivitu zakončíme konstatováním, že jsme shromáždili základní informace o cílové skupině. Je důležité si uvědomit, jaké informace máme a jaké informace ještě můžeme získat. Na základě toho můžeme zvážit, jak vytvořit strategický plán.

Analýza fokusní skupiny - jaké výzkumné nástroje používáme



~ 30 min	Analýza fokusní skupiny - jaké výzkumné nástroje používáme
Cíl	• Účastník zná základní principy tvorby dotazníku.
Pomůcky	• Počítač • Dataprojektor • Flipchart • Fixies • Papíry formátu A4
pokyny	Na úvod vysvětlíme, že nejčastěji používaným nástrojem pro analýzu ohniskových skupin je průzkum, konkrétně ve formě dotazníku. Rozdělte účastníky do dvou menších skupin. Úkolem 1. skupiny bude napsat pravidla pro tvorbu dotazníku. Úkolem druhé skupiny bude sepsat nejčastější chyby, kterých se lidé při vyplňování dotazníků dopouštějí. Očekává se, že účastníci budou při své práci vycházet z vlastních zkušeností. Na splnění úkolu máme 10 minut. Po uplynutí časového limitu obě skupiny prezentují své výsledky. Doplňme prezentované výsledky skupin a vysvětlíme pravidla tvorby dotazníku (na flipchartu nebo v prezentaci) - příloha 3. V neposlední řadě můžeme zmínit i další nástroje analýzy ohniskových skupin (focus groups, osobní rozhovory,...) s cílem zvýšit informovanost účastníků. Další nástroje pro analýzu ohniskových skupin jsou popsány v části "Diagnostika/analýza".
Analýza Hodnocení	• Základem aktivit RM/MP je systematické zkoumání situace a potřeb cílové skupiny - tyto aktivity nemohou vycházet pouze z intuice a názorů členů RM/MP.

Blok 2.

A clear description of each activity so that whichever instructor who looks at the finished block knows how to train others according to it.



~ 45 min.	SWOT analýza
Cíl	• Znalost principů a procesu SWOT analýzy.
Pomůcky	Flipchart Fixies samolepící papírky
pokyny	V úvodu si vysvětlíme, co je to SWOT analýza. Zdůrazníme, že se jedná o nástroj strategického plánování, který slouží k posouzení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb spojených s projektem nebo jinou situací, v níž se organizace snaží dosáhnout nějakého cíle. Zahrnuje sledování prostředí organizace. Podstatou je výhledová analýza bezprostředního vnějšího prostředí a situace ve vnitřním prostředí. Zkratka SWOT znamená: S - STRENGTHS (silné stránky) W - WEAKNESSES (slabé stránky) O - OPPORTUNITIES (příležitosti) T - HROZBY

SWOT analýza

A clear description of each activity so that whichever instructor who looks at the finished block knows how to train others according to it.



~ 45 min.

SWOT analýza

pokyny

Analýza SWOT je kombinací dvou analýz: S-W a O-T.

Mezi pozitivní faktory patří:

- Silné stránky: v případě Parlamentu mládeže mohou zahrnovat:
 - Silná členská základna z hlediska rozmanitosti a počtu členů
 - Efektivní komunikace s městskou/obecní radou
 - vlastní prostory
 - Členové týmu mají různé dovednosti, například práci s grafickými programy...
 - v obci/městě byla vytvořena koncepce práce s mládeží
- Příležitosti (nemůžeme je ovlivnit, ale zároveň nás pozitivně ovlivňují): v případě Parlamentu mládeže to mohou být:
 - v obci/městě byla přijata koncepce práce s mládeží, která definuje cíle pro mladé lidi.
 - účast poslance na zasedání zastupitelstva obce/města formou předkládání návrhů a zastupování zájmů mládeže v obci/městě.
 - v obci jsou mladí lidé, kteří chtějí dát mladým lidem v obci/městě možnost smysluplně a aktivně trávit čas.
 - podpora městské/obecní rady

SWOT analýza

A clear description of each activity so that whichever instructor who looks at the finished block knows how to train others according to it.



~ 45 min.

SWOT analýza

pokyny

Mezi negativní faktory patří:

- Slabé stránky: v případě Parlamentu mládeže to mohou být:
 - slabé členství v podobě nízkého počtu a variability členů
 - Žádné soukromé zasedací místnosti
 - Neefektivní komunikace s městskou/obecní radou
 - Nedostatečná podpora ze strany města/městské rady
- Hrozby: (nemáme na ně přímý vliv, ale zároveň nás mohou negativně ovlivnit): v případě Parlamentu mládeže to mohou být:
 - jsme postiženi epidemií, takže nemůžeme realizovat plánované aktivity - (lze to chápat i jako příležitost přesunout aktivity MP do online prostoru a zvolit jiné komunikační kanály).
 - Nedostatek finančních prostředků na provoz MP nebo činnosti MP z důvodu snížení rozpočtu obce/města.

Školitel společně s účastníky provede vzorovou SWOT analýzu pro konkrétní/modelový parlament mládeže.

SWOT analýza

A clear description of each activity so that whichever instructor who looks at the finished block knows how to train others according to it.



~ 45 min.	SWOT analýza
Analýza Hodnocení	Souhrnně lze říci, že analýza je velmi užitečným nástrojem pro organizaci týmové práce a získání různých perspektiv. Otázky: Co pro vás bylo těžké, je těžké uvědomit si své silné a slabé stránky?

Vytvoření strategického plánu

~ 20 min	Vytvoření strategického plánu
cíle	• Znat prvky potřebné k přípravě akčního plánu. • Seznámení se s metodami plánování.
Pomůcky	Flipchart Fixies samolepící papírky Dokumenty z předchozích setkání: vize, poslání, popis cílové skupiny, SWOT analýza
pokyny	Aktivitu zahájíme připomenutím, že již máme mnoho prvků potřebných k vytvoření strategického plánu pro aktivity RM/MP: vizi, poslání, popis cílové skupiny, SWOT analýzu. Na flipchartu vytvoříme modelový příklad strategického plánu RM/MP a společně s účastníky hledáme odpovědi na otázky: 1. Kde můžeme využít SWOT analýzu? 2. Kde/jakou oblast chceme formulovat jako cíl: měřitelný, kvantifikovatelný? 3. Jak se tam dostaneme? Co chceme dělat? Co je třeba udělat? Co můžeme dělat?
Analýza Hodnocení	Na základě praktického cvičení, které provedeme společně s účastníky, společně vypracujeme strategický plán. Zamyslíme se nad otázkami: • Co nám ještě chybí? • Co lze přidat? • Kdo pro nás může písemný plán vyhodnotit? • Využili jsme všechny zdroje, informace a metody, které jsme se naučili?

Blok 3.

~ 20 min	Eisenhowerova matice aplikovaná na Parlament mládeže
Cíl	• Získat schopnost plánovat čas podle kritérií důležitosti a naléhavosti.
Pomůcky	• Flipchart + fixy • Papíry formátu A4 • Eisenhowerova matice Příloha 5
pokyny	Eisenhowerova matice v plánování Vysvětlíte účastníkům Eisenhowerovu matici řízení času prostřednictvím interaktivní přednášky nebo prezentace, můžeme použít přílohu 5. Pro účastníky připravíme témata - úkoly, které budou realizovat s ohledem na cílovou skupinu. Příklady úkolů Plán • Naplánujte teambuilding pro svůj tým • Plánování workshopů pro mladé lidi • Plánování diskusí s hosty z vesnice • Plánování prezentace činností MP Účastníky rozdělíme do dvou týmů. Úkolem týmů bude naplánovat harmonogram akce: • vytvořit seznam úkolů, které je třeba provést během realizace akce, • rozdělit úkoly podle Eisenhowerovy matice (s ohledem na cílovou skupinu).

Eisenhowerova matice aplikovaná na Parlament mládeže



~ 20 min	Eisenhowerova matice aplikovaná na Parlament mládeže
pokyny	Jakmile týmy dokončí svou práci, představí své plány a zdůvodní svá rozhodnutí, která se mohou lišit v závislosti na stanovených prioritách.
Analýza Hodnocení	Shrnutí vedeme tak, že skupinám klademe otázky: • Jak jste pracovali? • Co pro vás bylo nejtěžší? • Která rozhodnutí, které kroky jste označili za nejdůležitější, nejnutnější a které byly méně nutné? • Na základě čeho jste se rozhodli?

Blok 4.

~ 60 min	Rychlý a efektivní Parlament mládeže!
Cíl	• Stanovení priorit konkrétních činností v oblasti MP/RM.
Pomůcky	• Flipchart + fixy • samolepící papírky • Aktivita vytištěná na papírech - příloha 4 pro každého účastníka • papíry A4 + pero pro každého účastníka • Lepidlo • Příloha 5 Eisenhowerova matice řízení času
pokyny	Stanovte si priority a zrychlete a zefektivněte svůj MP/RM! Každý účastník obdrží tištěnou verzi přílohy 4. Poté požádáme účastníky, aby samostatně kategorizovali a stanovili priority činností, které jsou v parlamentu mládeže navrženy. Po 10 minutách každý účastník představí pořadí prioritních činností pro svůj MP/RM a zdůvodní svá rozhodnutí. Požádáme účastníky, aby společně vybrali z připravených úkolů (příloha 4) úkoly, které budou realizovány během několika následujících měsíců činnosti MP/RM, a uspořádali je do bloků podle Eisenhowerovy matice.
Analýza Hodnocení	Na závěr seznámíme účastníky s metodou určování pořadí činností/akcí pomocí různých technik, a to jak v tištěné podobě, tak elektronicky prostřednictvím tištěných dokumentů nebo online na počítači (samolepky). Vysvětlíme, že cílem této aktivity bylo stanovit priority a pořadí jejich činností.

POMŮCKY

Příloha 1

Otázky a odpovědi na testové otázky

1. Základním nástrojem strategického plánování je strategický plán. Ano/Ne

ANO - Strategický plán pomáhá stanovit posloupnost kroků k dosažení cíle.

2. Strategický plán obsahuje analýzu SWOT. Ano/Ne

ANO - Název SWOT analýza pochází ze čtyř anglických slov - Strength (silná stránka), Weakness (slabá stránka), Opportunity (příležitost) a Threat (hrozba). Silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. To znamená, že se zabývá silnými a slabými stránkami RM/MP, jakož i příležitostmi, které RM/MP má, a hrozbami, které ji ovlivňují. Silné a slabé stránky představují vnitřní prostředí RM/MP, zatímco příležitosti a hrozby představují vlivy vnějšího prostředí. SWOT analýza se nejčastěji používá jako situační analýza v kontextu strategického řízení. Autorem analýzy SWOT je Albert Humphrey, který ji navrhl v 60. letech 20. století.



POMŮCKY

Příloha 1

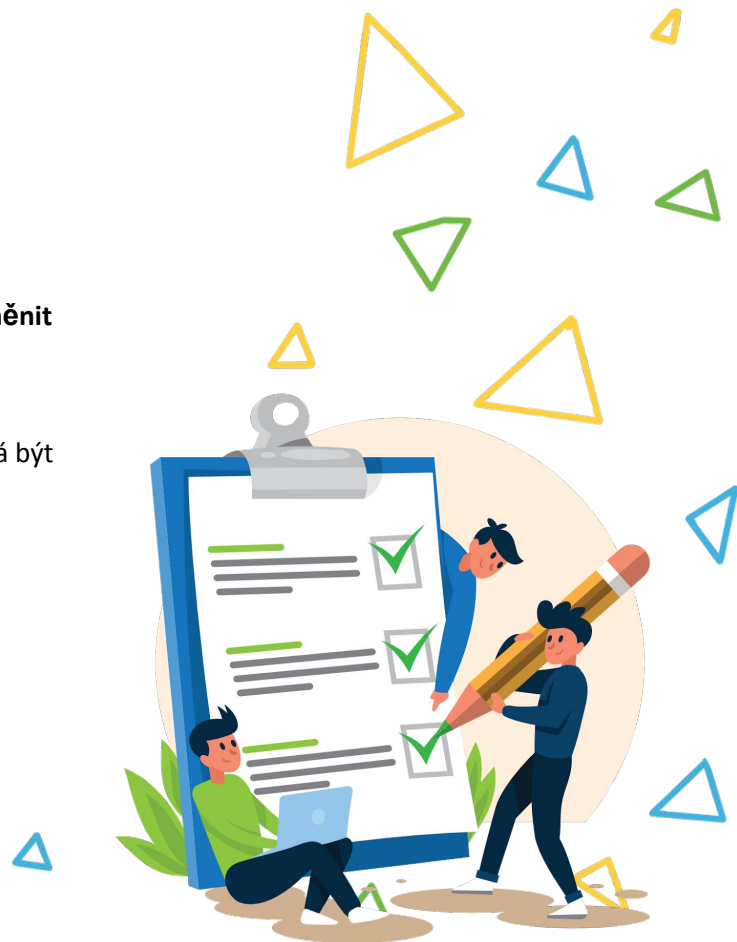
Otázky a odpovědi na testové otázky

3. Plánování je procesem jednotlivých postupných kroků, které mají vizi RM/MP přeměnit na harmonogram činností. Ano/Ne

ANO - Plán je termín označující soubor plánovaných činností, jejichž prostřednictvím má být dosaženo určitého cíle nebo uspořádání prvků systému, případně plánovaných cílových hodnot nějakého ukazatele výkonnosti. Může se také nazývat systém, plán, program, koncepce.

4. Na přípravě strategického plánu se podílí pouze předseda RM/MP. Ano/Ne

NE - Do procesu tvorby strategického plánu jsou zapojeny všechny zúčastněné strany.



POMŮCKY

Příloha 1

Otázky a odpovědi na testové otázky

5. Analýza SWOT je nástrojem pro identifikaci silných a slabých stránek organizace.

Ano/Ne

ANO - SWOT analýza je univerzální analytická technika, jejímž cílem je posoudit vnitřní a vnější faktory ovlivňující úspěch organizace nebo konkrétního projektu (např. nového výrobku nebo služby). SWOT analýza se nejčastěji používá jako situační analýza ve strategickém řízení.

6. Analýza SMART je analytická technika, která při plánování využívá stanovení konkrétních cílů. Ano/Ne

ANO - Abychom dosáhli svých cílů nebo předsevzetí, je vhodné stanovit si konkrétní cíle a přesně určit, jak jich chceme dosáhnout.



POMŮCKY

Příloha 1

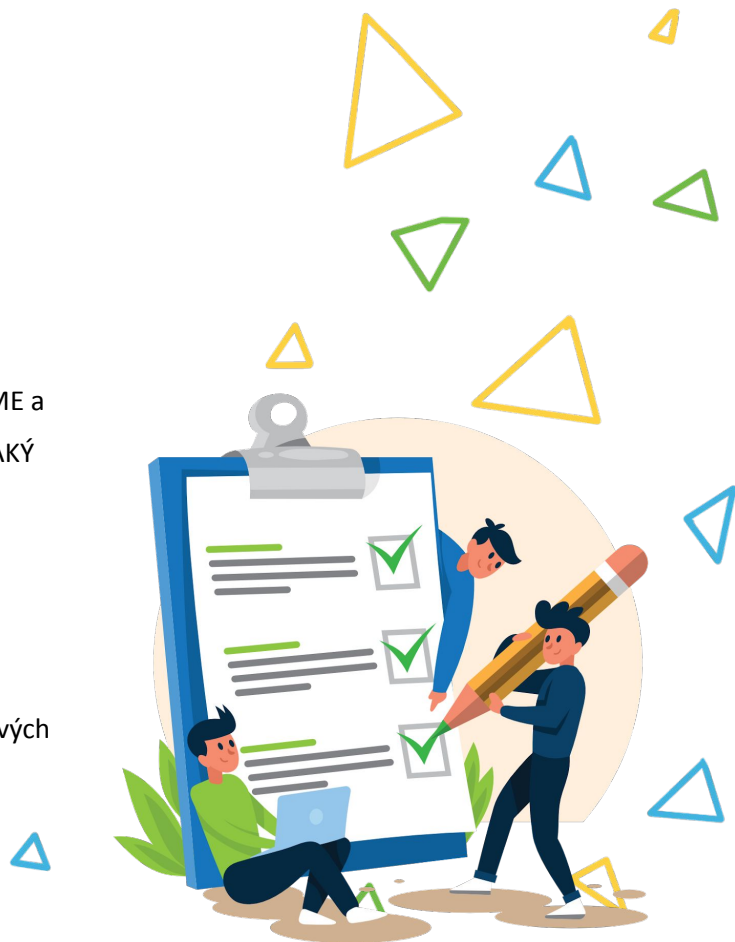
Otázky a odpovědi na testové otázky

7. Analýza potřeb je zmapování potřeb cílové skupiny. Ano/Ne

ANO - To znamená shromažďování informací o současném stavu - KDE JSME, CO DĚLÁME a JAK TO DĚLÁME, shromažďování informací o požadovaném stavu - KDE CHCEME BÝT, JAKÝ BUDE STAV PO DOKONČENÍ PLÁNU.

8. Vytváření sítí znamená zjistit, kdo má finanční prostředky na aktivity. Ano/Ne

NE - Networking je společenská aktivita, jejímž cílem je sdružovat lidi s podobnými cíli a záměry. Jednota myšlenek není podmínkou, ale společný cíl a vize podporují hledání nových řešení, akcí a příležitostí pro smysluplnou spolupráci.



POMŮCKY

Příloha 1

Otázky a odpovědi na testové otázky

9. Strategický plán obsahuje cíl na 3 až 5 let, postup, kam se dále ubírat, způsoby, jak toho dosáhnout, alokaci času, lidí a dalších nákladů. Ano/Ne

ANO - Strategické plánování je proces definování strategie nebo proces přípravy a využívání zdrojů k realizaci strategie. Strategické plánování se liší od dlouhodobého plánování právě tím, že upřednostňuje vnější prostředí organizace a připravuje RM/MP na to, aby byly ve svém prostředí dlouhodobě konkurenceschopné a úspěšné. Obsahuje cíl na 3 až 5 let, postup odkud kam, způsoby jeho dosažení, rozdělení času, lidí a dalších nákladů.

10. K realizaci plánu jsou zapotřebí finanční zdroje. Ano/Ne

NE - nejen finančně, ale i materiálně a osobně.



POMŮCKY

Příloha 2

Koncepty relevantní pro strategické plánování



Analýza potřeb
zaměřené na
cílovou skupinu



Analýza stavu
zaměřené na
polohu obce,
města



Mise
účel Rady mládeže



Vize
představu o
ideální
budoucnosti Rady
mládeže.

POMŮCKY

Příloha 2

Koncepty relevantní pro strategické plánování



Plán

dlouhodobé,
krátkodobé, akce



Cíle

strategické,
dlouhodobé,
krátkodobé



Zdroje

finanční,
materiální, fyzické



Vytváření sítí / Vytváření sítí

osoby, organizace,
institute, kontakty

POMŮCKY

Příloha 3

Zásady tvorby dotazníkového šetření

1. U každé otázky se ptejte pouze na jednu věc.
2. Použitá slova musí být pro cílovou skupinu srozumitelná.
3. Formulace otázky nesmí být sugestivní (nesmí naznačovat odpověď).
4. Možnosti odpovědí na škále musí být vyvážené v obou směrech - pozitivní i negativní.
5. Použití uzavřených otázek zjednodušuje vyplňování a vyhodnocování dotazníku.
6. Použijte alespoň 1 otevřenou otázku, kde může respondent svou odpověď podrobněji vysvětlit. Odpověď by neměla být povinná.
7. Vyplnění dotazníku by nemělo trvat déle než 10 minut. Čím kratší, tím lepší.
8. Dotazník by měl být anonymní (jméno není povinné).
9. Dotazník by měl být před zahájením průzkumu otestován.
10. Abyste získali co nejvíce odpovědí, zvažte motivaci respondentů (např. odměna za 3 vylosované odpovědi).



POMŮCKY

Příloha 4

Strategické plánování toho, čeho má Parlament mládeže dosáhnout.

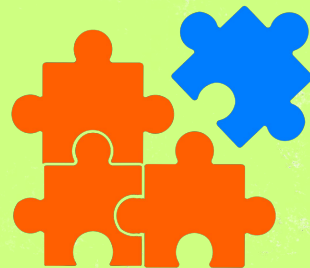
1. Průzkum potřeb mladých lidí v obci/městě.
2. Účastnit se zasedání městské rady.
3. Prezentace reklamních aktivit.
4. Provozovat místa jako středisko volného času pro mladé lidi.
5. Pořádání seminářů pro mladé lidi.
6. Diskuse s hosty.
7. Diskuse pro mladé lidi.
8. Navrhněte si vlastní aktivitu na míru pro poslance.
9. Zastupování zájmů mladých lidí při jednání s radou nebo odbory na (uveďte)
10. Podniknout jednání s městskou radou nebo příslušným odborem úřadu ohledně slevy pro mládež na městském koupališti.
11. Teambuilding pro členy MP



POMŮCKY

Příloha 5

Eisenhowerova metoda



Kvadrant 1 - důležité a naléhavé zároveň

S tímto kvadrantem obvykle nebývají žádné problémy. Každému by mělo být jasné, co musí udělat okamžitě nebo co nejdříve. To zahrnuje velké množství činností, které nelze "odložit". Může to být příprava na schůzku s členy RM, kteří se hlásí hodinu před příchodem; dokončení článku, který má uzávěrku následující den; zaplacení účtu, který je splatný dnes. Vyplyvá to z pracovního prostředí. Existuje však mnoho dalších oblastí.

Jedním z nich je například rodina. Za naléhavé a důležité zároveň považujeme plačící dítě, nehodu, neštěstí v domácnosti, tedy skutečnosti, které "nepočkají", ale naopak se stávají minutu od minuty naléhavějšími. Může se to zdát banální, ale tento chaos v prioritách je destruktivní pro všechny naše činnosti. První kvadrant se tedy týká toho, co je třeba udělat nyní. Je třeba poznamenat, že některé věci přesouváme z důležitého, ale ne naléhavého kvadrantu (II) do důležitého, ale naléhavého kvadrantu (I) sami - například dokončení článku nebo zaplacení účtů. Je důležité platit účty; když je necháváme na poslední chvíli, stává se to naléhavým.

Kvadrant 2 - důležité, ale ne naléhavé

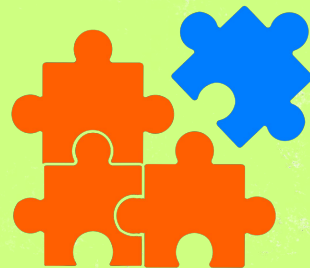
Problémy mohou začít v tomto kvadrantu. Mezi druhým a třetím kvadrantem je rozdíl, ale správné pochopení obou vyžaduje logické uvažování, protože za určitých okolností se něco, co se zdá objektivně nedůležité, může stát důležitým a naopak, nebo to, co se zdá naléhavé, nemusí být tak naléhavé a naopak. Především bychom se tedy měli snažit "seřadit" každý nadcházející úkol - posoudit jeho důležitost a naléhavost. Pokud se nám to podaří, můžeme si gratulovat. Úspěchem by bylo, kdybychom na to pamatovali už při plnění některých úkolů.

Další otázkou je, zda upřednostnit úkoly ve druhém nebo třetím kvadrantu. Ačkoli je na nás vyvíjen tlak, logika nám radí, abychom se zaměřili na druhý kvadrant, protože existují úkoly, které mohou skutečně změnit náš život k lepšímu, jenže vyžadují čas, a proto je třeba je naplánovat a soustředit se na ně dříve, než se stanou naléhavými (a některé pak nelze splnit, alespoň ne v rozumné kvalitě) - např. učení se cizímu jazyku... Tento kvadrant nám říká, jakým činnostem bychom měli věnovat co nejvíce času.

POMŮCKY

Příloha 5

Eisenhowerova metoda



Kvadrant 3 - není důležitý, ale je naléhavý

V tomto kvadrantu jsou (pro nás) nedůležité, ale naléhavé skutečnosti. Příklady úkolů: uklidit po sobě, jít do kina, reagovat na diskusi atd. V práci v RM to může být např. neustálé psaní SMS, e-mailů, narušování jiných činností, ale také nákup inkoustu do tiskárny, návrh sloganu na plakát firemní akce apod.

Kvadrant 4 - nedůležité a neurgentní

Pokud něco není důležité nebo naléhavé, proč bychom to měli dělat? Zní to logicky. V ideálním případě neplánujeme strávit den nedůležitými nebo neodkladnými činnostmi. A to se zdá být jádrem problému. Tyto činnosti jsou neplánované, zbytečné. Často jsou únikem od povinností, které někdy zakrýváme hezký znějícím názvem psychohygiena (je důležitá, na rozdíl od nedůležité!). Proto bychom měli mít v denním programu alespoň jednu "volnou" hodinu na odpočinek.