

|   |           |
|---|-----------|
| <b>KDO JINÝ NEŽ TY? (ÚVOD)</b>                                    | <b>7</b>  |
| <b>I. PLÁNOVÁNÍ A PŘÍPRAVA PROJEKTU KDO JINÝ?</b>                 | <b>8</b>  |
| 1. CO JE PROJEKT  | 8         |
| 2. VÝBĚR TÉMATU PROJEKTU  | 8         |
| 3. URČENÍ CÍLE A OBSAHU PROJEKTU                                  | 10        |
| 4. POPIS PROJEKTU A SESTAVENÍ PLÁNU                               | 11        |
| 5. CELKOVÝ PROJEKTOVÝ PLÁN  | 11        |
| 6. PRACOVNÍ HARMONOGRAM   | 11        |
| 7. SESTAVENÍ TÝMU   | 12        |
| 8. TECHNICKÉ VYBAVENÍ   | 13        |
| 9. FINANČNÍ PLÁN A ÚČETNICTVÍ                                     | 13        |
| 10. PROPAGACE (PUBLIC RELATIONS – PR)                             | 14        |
| 11. VYHODNOCENÍ PROJEKTU A ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA                       | 16        |
| 12. DŮLEŽITÁ JE SPOLUPRÁCE  | 16        |
| <b>II. KONKRÉTNÍ AKCE</b>   | <b>18</b> |
| 1. KULTURNÍ AKCE  | 18        |
| 2. DOTAZNÍKOVÁ A ANKETNÍ AKCE                                     | 19        |
| 3. HAPPENING  | 24        |
| 4. GUERILLA MARKETING   | 25        |
| 5. FLASHMOB   | 26        |
| 6. VEŘEJNÉ SHROMÁŽDĚNÍ  | 27        |
| 7. PROJEKCE DOKUMENTÁRNÍCH FILMŮ PRO NEZISKOVÉ A VZDĚLÁVACÍ ÚČELY | 29        |
| 8. PROJEKCE VE ŠKOLE S DISKUSÍ                                    | 31        |
| 9. CHCI BÝT DOBRÝM MODERÁTOREM                                    | 33        |
| <b>III. KONKRÉTNÍ NÁSTROJE</b>                                    | <b>34</b> |
| 1. KOMUNIKACE S ÚŘADY   | 34        |
| 1.1 TELEFONÁT   | 36        |
| 1.2 FORMÁLNÍ DOPIS  | 36        |
| 1.3 OSOBNÍ JEDNÁNÍ  | 39        |
| 1.4 VEŘEJNÉ DEBATY  | 40        |
| 1.5 LOBBOVÁNÍ   | 41        |
| 1.6 PETICE  | 42        |
| 2. MÉDIA A PUBLIC RELATIONS                                       | 44        |
| 2.1 PUBLIC RELATIONS (PR)   | 44        |
| 2.2 NOVÁ MÉDIA A SOCIÁLNÍ SÍTĚ ANEB KAŽDÝ JE NOVINÁŘEM            | 47        |
| 2.3 NATÁČENÍ VIDEOA   | 53        |
| 3. FUNDRAISING ANEB SHÁNĚNÍ PROSTŘEDKŮ                            | 56        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>IV. PROJEKTOVÝ MANUÁL – PRACOVNÍ LISTY</b>          | <b>60</b> |
| 1. METODY PRO VÝBĚR TÉMATU                             | 61        |
| 2. CÍL A OBSAH PROJEKTU                                | 63        |
| 3. PROJEKTOVÝ PLÁN                                     | 65        |
| 4. FISHBONE – DIAGRAM RYBÍ KOSTI                       | 66        |
| 5. LEAN CANVAS – BYZNYS MODEL PRO SOCIÁLNÍ MINIPODNIKY | 68        |
| 6. SWOT ANALÝZA  | 69        |
| 7. SESTAVENÍ TÝMU                                      | 70        |
| 8. ROZPOČET  | 71        |
| 9. PLÁN FUNDRAISINGU                                   | 72        |
| 10. KONTROLA PŘÍPRAVNÝCH PRACÍ                         | 73        |
| 11. HARMONOGRAM  | 74        |
| 12. MEDIÁLNÍ PLÁN                                      | 75        |
| 13. SEBEHODNOCENÍ                                      | 76        |
| 14. FORMULÁŘ ZÁVĚREČNÉ ZPRÁVY                          | 77        |