

Program szkolenia „Profesjonalista OWES – szkolenie z zakresu kluczowych kompetencji dla doradców i animatorów”

Lp.	Moduł	Liczba godzin
1.	ZASADY FUNKCJONOWANIA OWES	8
	<ul style="list-style-type: none"> * ekonomia społeczna i przedsiębiorstwa społeczne – definicje, funkcje w Polsce i za granicą * rola OWES, współpraca z innymi instytucjami i organizacjami działającymi w obszarze ES, miejsce ekonomii społecznej w strategiach rozwoju, * dobre przykłady przedsiębiorstw społecznych, ich replikowalność oraz ograniczenia * standardy organizacji i zarządzania OWES, niezbędne kompetencje pracowników OWES, * plan działania OWES, procesy animacyjne i doradcze w OWES, * jak działają OWES-y, skutecznie generujące zatrudnienie – przykłady, metodyki 	
2.	FORMY PRAWNE PODMIOTÓW EKONOMII SPOŁECZNEJ	8
	<ul style="list-style-type: none"> * rodzaje podmiotów ekonomii społecznej * zasady funkcjonowania podmiotów ekonomii społecznej * praktyczne aspekty wykorzystania regulacji prawnych, optymalizacja formy prawnej dla danego modelu biznesowego * weryfikacja statusu PS (w myśl wytycznych) – praktyka vs. teoria 	
3.	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA PODMIOTÓW EKONOMII SPOŁECZNEJ	16
	<ul style="list-style-type: none"> * Istota finansowania zwrotnego jako podstawowego źródła finansowania przedsiębiorstw społecznych * Zasady tworzenia montażu finansowych z uwzględnieniem zróżnicowanych instrumentów wsparcia finansowego (dotacje, pożyczki, darowizny, dary rzeczowe, nawiązki, loterie fantowe, zbiórki publiczne, sponsoring) * Warsztaty dot. pozyskiwania źródeł finansowania obejmujące w szczególności: analizę i wybór dostępnych instrumentów finansowania działalności przedsiębiorstw społecznych (instrument zwrotny i bezzwrotny), identyfikację parametrów opisujących dany instrument finansowy, analizę warunków dostępu do danego instrumentu finansowego przez przedsiębiorstwo społeczne 	
4.	MARKETING I PROMOCJA W PODMIOTACH EKONOMII SPOŁECZNEJ	16
	<ul style="list-style-type: none"> * Istota, funkcje i specyfika marketingu w podmiotach PES * Koncepcja marketingu podmiotu ekonomii społecznej * Strategia marketingowa PES * Segmentacja rynku i jej znaczenie dla podmiotów ekonomii społecznej * Kompozycja marketingu-mix w działalności podmiotu ekonomii społecznej * Promocja produktów i usług PES (w tym skuteczność promocji) * Wykorzystywanie nowoczesnych technologii w marketingu * Narzędzia promocji marketingowej w PES * Praktyczne zasady marketingu i promocji w PES * DIY oraz niskonakładowe podejście do marketingu * Narzędzia bezkosztowe * Znaki jakości w tym znaki jakości rynkowe 	
5.	ZNACZENIE PARTNERSTWA W BUDOWANIU POZYCJI PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO NA RYNKU	16
	<ul style="list-style-type: none"> * warunki niezbędne do tworzenia partnerstw i konsorcjów, praktyczne podejście do tworzenia partnerstw, celowość i zasadność tworzenia partnerstw * cele i rodzaje partnerstw * konkurencyjność przedsiębiorstwa oparta na wartości relacji z interesariuszami * partnerstwo jako narzędzie rozwoju lokalnego, integracji społecznej i wzmocnienia 	

	<p>sektora ekonomii społecznej</p> <ul style="list-style-type: none"> * budowanie relacji, sprzyjających partnerstwu (język korzyści, motywowanie, prowadzenie negocjacji, zasady współpracy) * metody i zasady budowania grupy partnerskiej (psychologiczne aspekty budowania partnerstw) * formalno-prawne aspekty zawiązywania partnerstw * spółdzielczość uczniowska, kopoperatywy * dobre praktyki w zakresie partnerstwa w PES 	
6.	INSTRUMENTY ANIMACJI LOKALNEJ	16
	<ul style="list-style-type: none"> * animacja w AKSES i w OWES, cele animacji realizowanej przez OWES, * warunki konieczne dla skutecznej animacji OWES, * diagnoza środowiska lokalnego, analiza interesariuszy i obszarów oraz szans rozwojowych ES i PS na obszarze działania OWES, * budowa ekosystemu wsparcia ES i PS przez OWES, * budowanie ścieżki wsparcia dla nowo powstającego PS, * odpowiedzialność animatora za rezultaty jej/jego działania. 	
7.	INKUBACJA PRZEDSIĘBIORSTW SPOŁECZNYCH	16
	<ul style="list-style-type: none"> * Nowo zakładane PS jako startupy, nowoczesne metodyki inkubacji przedsiębiorstw, * testowanie modelu biznesowego i produktu na rynku * Dotychczas stosowane podejścia, ich skuteczność lub nieskuteczność, wnioski z dotychczasowej działalności OWES * Elastyczna procedura inkubacji PS – etapy, narzędzia, * Stosowalność narzędzi i metodyk, specyfika inkubacji przedsiębiorstw społecznych 	
8.	ZAMÓWIENIA PUBLICZNE	16
	<p>Wprowadzenie do problematyki zamówień publicznych (podstawowe przepisy prawne):</p> <ul style="list-style-type: none"> * Prawo zamówień publicznych w systemie finansów publicznych, * Prawo zamówień publicznych a Kodeks cywilny, w tym zmiana obliczania terminu kończącego się w sobotę, * przegląd przepisów innych ustaw niezbędnych do stosowania Prawa zamówień publicznych, * wspólnotowe regulacje zamówień publicznych. <p>Zakres przedmiotowy obowiązywania ustawy:</p> <ul style="list-style-type: none"> * definicja zamówienia publicznego, * progi kwotowe i związane z nimi procedury udzielania zamówień, * zamówienia o charakterze mieszanym, * zamówienia wyłączone spod rządów ustawy. <p>Zasady udzielania zamówień:</p> <ul style="list-style-type: none"> * zachowanie uczciwej konkurencji oraz równe traktowanie wykonawców, * bezstronność i obiektywizm zamawiającego, * jawność, * pisemność, * prowadzenie postępowania w języku polskim, * traktowanie trybów przetargowych jako podstawowe. <p>Podstawowe informacje o klauzulach społecznych:</p> <ul style="list-style-type: none"> * czym są klauzule społeczne, * podstawy prawne stosowania klauzul społecznych, * klauzule społeczne w praktyce, * jak się przygotować do zastosowania klauzul społecznych, * jak przeprowadzić postępowanie z klauzulami społecznymi, * klauzula zastrzeżona, * klauzula zatrudnieniowa, * Inne. 	



	<p>Tryby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego (rodzaje zamówień publicznych)</p> <p>a) Podstawowe tryby postępowań o zamówienia publiczne, które można stosować bez względu na wartość oraz rodzaj zamówienia:</p> <ul style="list-style-type: none"> * przetarg nieograniczony, w tym regulacje dotyczące ogłoszeń, wadium, terminów składania ofert, * przetarg ograniczony, w tym selekcja wykonawców, <p>b) Pozostałe tryby postępowań, które można stosować wyłącznie w uzasadnionych przypadkach:</p> <ul style="list-style-type: none"> * negocjacje z ogłoszeniem, * negocjacje bez ogłoszenia, * dialog konkurencyjny, * zamówienie z wolnej ręki * zapytanie o cenę, * licytacja elektroniczna, * partnerstwo innowacyjne – nowy tryb postępowania. <p>Zamówienia publiczne w praktyce: przykłady dokumentacji postępowań z zastosowanymi klauzulami społecznymi.</p>	
9.	<p>EFEKTYWNA KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA – WARSZTAT DORADCY OWES</p>	16
	<ul style="list-style-type: none"> * Wprowadzenie do komunikacji w zespole OWES (komunikacja jedno- i dwustronna; bariery skutecznej komunikacji; rola nastawienia w komunikowaniu się; podstawowe zagadnienia z zakresu mowy ciała; podstawowe werbalne techniki komunikacji). * Konflikty w pracy w OWES (przyczyny, rodzaje, dynamika, fazy konfliktów; emocje i reakcje towarzyszące konfliktom; sposoby rozwiązywania konfliktów). * Autoprezentacja i wystąpienia publiczne (podstawowe zasady efektywnej autoprezentacji; rola pierwszego wrażenia; zasady dobrego wystąpienia; strategie przekonywania odbiorców). * Podstawowe zasady motywowania (motywy działania klientów i współpracowników; motywowanie przez cele; formułowanie motywujących informacji zwrotnych). 	
	<p>EGZAMIN</p>	8
		136