



**Instytut Badań
Organizacji Kultury**

**oferta szkoleniowa
z zakresu
zarządzania w kulturze**

Przygotowaliśmy ofertę szkoleń dla pracowniczek _ków sektora kultury i kreatywnego. Z pasją podchodzimy do nowych wyzwań i angażujemy się w projektowanie optymalnych rozwiązań dla naszych odbiorczyń _ów. Chcemy w najlepszy sposób przekazać wiedzę i podzielić się doświadczeniem. Dlatego nasze szkolenia, szyjemy na miarę, dostosowując je do potrzeb Państwa Instytucji, uwzględniając kulturę organizacyjną, specyfikę sektora oraz różnorodność pracowniczek _ków. Tematy, które proponujemy dotyczą rozwoju kluczowych kompetencji w sektorze kultury, tworzenia strategii organizacji, motywacji oraz promocji działań instytucji i budowania ekosystemu odbiorców. Opisy przykładowych szkoleń znajdują się poniżej. Dokładny zakres merytoryczny, czas, miejsce i formę szkolenia ustalimy z Państwem indywidualnie po pierwszym spotkaniu. Serdecznie zapraszamy do kontaktu, z przyjemnością odpowiemy na każde pytanie:



stowarzyszenie@ibok.org.pl



ibok.org.pl

Pytania w sprawie szkoleń można też kierować bezpośrednio do dr Agnieszki Szostak – skarbniczki Stowarzyszenia
tel. 605 607 600



Spis szkoleń:

1. Szkolenie z zakresu zarządzania kulturą
2. Prowadzenie badań w organizacjach kultury
3. Przygotowanie organizacji do opracowania i wdrożenia strategii rozwoju
4. Jak zapanować nad czasem? O skutecznych praktykach zarządzania
5. Motywowanie w sektorze kreatywnym i kultury
6. Połącz kropki, czyli zarządzanie szlakami kulturowymi
7. Emisja głosu z elementami retoryki i autoprezentacji
8. W poszukiwaniu równości, wartości i jakości: zarządzanie różnorodnością
9. Motywowanie, delegowanie czy zarządzanie? O przywództwie w organizacjach
10. Pisanie wniosków do krajowych programów dotacyjnych
11. Kontrola zarządcza w instytucji kultury
12. Co wolno, co należy, a czego nie? Prawo autorskie w praktyce
13. Profilowanie kompetencji pracowniczych
14. Metafory w promocji organizacji kultury
15. Marketing mody
16. Teoria mody
17. Nowe technologie w kulturze

Jeśli w powyższym spisie nie znaleźli Państwo interesującego Was szkolenia, prosimy o kontakt. Bardzo chętnie przygotujemy dla Was indywidualną ofertę szkoleń dotyczących zarządzania kulturą.

Szkolenie z zakresu zarządzania kulturą

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, elementy warsztatowe
Grupa docelowa	pracowniczki_cy organizacji kultury
Czas trwania	30 h

Zakres tematyczny:

Szkolenie ma charakter wprowadzający do zagadnień związanych z zarządzaniem organizacjami kultury. Oprócz uwzględnienia potrzeb danej instytucji, przekazana zostanie podstawowa wiedza na temat zarządzania.

Bloki tematyczne:

1. Zarządzanie strategiczne (4h)
2. Zarządzanie karierą (4h)
3. Zarządzanie projektem (4h)
4. Marketing kultury (4h)
5. Prawo autorskie (4h)
6. Zarządzanie mediami społecznościowymi (4h)
7. Współczesne trendy w zarządzaniu organizacją kultury (4h)
8. Społeczna odpowiedzialność organizacji kultury (2h)

Efekty:

Szkolenie dostarczy pracownikom_kom i kierownictwu organizacji kultury podstawową wiedzę z zakresu zarządzania kulturą. Pozwoli lepiej zrozumieć procesy zachodzące w organizacji, jak i jej relacje z otoczeniem.

Informacje dodatkowe:

Poszczególne bloki tematyczne zostaną dostosowane do specyfiki organizacji, dla której będzie realizowane szkolenie np. prawo autorskie w instytucjach muzycznych, zarządzanie karierą aktorów.

Prowadzący:

Zespół IBOK

Prowadzenie badań w organizacjach kultury

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, praca w grupach, studium przypadku
Grupa docelowa	pracowniczki_y organizacji kultury i sektora kreatywnego
Czas trwania	12 h (2 dni po 6 godzin)

Zakres tematyczny:

Realizacja badań w organizacjach kultury jest jednym z czynników usprawniających procesy zarządzania, a także budujących relacje z otoczeniem. Jest też działaniem często wymaganym w przypadku pozyskiwania środków ze źródeł zewnętrznych. Tematyka badań może dotyczyć odbiorców (badania publiczności), wizerunku, oferty, a także perspektywy wewnątrzorganizacyjnej (badania potrzeb rozwojowych instytucji). Prowadzenie badań w sektorze kultury umożliwia m.in.: diagnozowanie ukrytych potencjałów oraz określanie obszarów wymagających poprawy, identyfikację potrzeb odbiorców, ocenę oferty instytucji kultury, a w efekcie sprawniejsze realizowanie misji. Szkolenie przygotowuje pracowniczki_ków organizacji kultury do samodzielnego projektowania i realizacji badań, a następnie ich interpretacji oraz praktycznego wykorzystania wyników w działalności organizacji.

Bloki tematyczne:

1. Projektowanie badania – określenie problemów badawczych, celu badań, pytań badawczych (1 h)
2. Metody ilościowe, jakościowe i mieszane (2 h)
3. Projektowanie narzędzi – kwestionariusz ankiety, scenariusz wywiadu indywidualnego i grupowego (fokusu), dziennika obserwacji (3 h)
4. Analiza wyników i ich możliwe wykorzystanie w instytucji – dobre praktyki (2 h)
5. Praca warsztatowa nad projektowaniem własnego badania, dostosowanego do potrzeb organizacji (4h)

Efekty:

Uzyskanie wiedzy z zakresu przygotowania oraz realizacji badań w sektorze kultury i kreatywnym, w tym metod i technik badawczych, a także praktycznych umiejętności w zakresie projektowania i przeprowadzenia badań dostosowanych do indywidualnych potrzeb organizacji. Rezultatem szkolenia będzie projekt badania gotowych do zrealizowania.

Informacje dodatkowe:

Istnieje możliwość realizacji zaplanowanego badania we współpracy z członkiniami_ami Stowarzyszenia IBOK, analizy uzyskanych wyników i zaplanowanie wdrożenia rekomendacji.

Prowadzący:

Zespół IBOK

Przygotowanie organizacji do opracowania i wdrożenia strategii rozwoju

Forma	stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
metody szkoleniowe	prezentacja, warsztat
Grupa docelowa	instytucje kultury (jej pracownicy_cy oraz kadra zarządzająca)
Czas trwania	12 h (2 dni po 6 godzin)

Zakres tematyczny:

Zarządzanie strategiczne powszechnie obecne w organizacjach biznesowych, staje się coraz bardziej popularne w sektorze publicznym, w tym także instytucjach kultury. Aktualne wyzwania otoczenia społecznego coraz częściej skłaniają dyrektorów instytucji do podejmowania inicjatyw służących planowaniu działalności w dłuższej – kilkuletniej perspektywie. Pomocne w tym jest zarządzanie strategiczne oparte na opracowaniu i wdrożeniu strategii rozwoju instytucji. Celem szkolenia jest zapoznanie dyrekcji oraz pracowniczek_ków instytucji kultury z narzędziami oraz sposobami tworzenia i wdrażania strategii, a także wskazanie znaczenia i korzyści stosowania zarządzania strategicznego.

Bloki tematyczne:

Szkolenie jest zaplanowane na dwa dni.

I dzień

1. Zarządzanie strategiczne w organizacji kultury – wprowadzenie.
2. Proces zarządzania strategicznego.
3. Analiza przykładowych strategii.
4. Struktura dokumentu strategicznego.
5. Przebieg prac nad opracowaniem strategii.

II dzień

1. Wdrażanie strategii – zadania uczestników procesu, rozwiązania organizacyjne, planowanie wdrażania, monitorowanie przebiegu wdrażania, mierzenie poziomu realizacji celów strategicznych.
2. Praca w grupach na przykładowych dokumentach – zaplanowanie sposobu realizacji, harmonogramowanie, określanie mierników.

Efekty:

Efektom szkolenia będzie przygotowanie organizacji (pracowniczek_ków oraz kadry zarządzającej) do przeprowadzenia procesu opracowania strategii oraz zaplanowania jej realizacji. Omówione oraz praktycznie przetestowane zostaną rozwiązania stosowane w zarządzaniu strategicznym w obszarze kultury. Uczestniczki_cy poznają kluczowe elementy procesu, role i zadania osób zaangażowanych w tworzenie i realizację strategii. Otrzymają materiały pomocne w procesie opracowania strategii instytucji, w tym wzory potrzebnych dokumentów.

Prowadząca:

dr Agnieszka Szostak

Jak zapanować nad czasem?

O skutecznych praktykach zarządzania

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, warsztat
Grupa docelowa	organizacje kultury (kadra zarządzająca i jej pracownicy_cy)
Czas trwania	10 h (2 dni po 5 godzin)

Zakres tematyczny:

Czas jest niezwykłym, a zarazem nieodnawialnym zasobem i choć wspomina się o jego stałym oraz niezmiennym upływie – nie sposób ulec wrażeniu, że każdy człowiek indywidualnie doświadcza jego "trwania". Z tej przyczyny racjonalne i efektywne wykorzystanie danego nam czasu staje się poważnym wyzwaniem. W szczególności w przestrzeni organizacyjnej, w której ścierają się różnorodne praktyki zarządcze, a także indywidualnie opracowane metody organizacji dnia pracy. Szkolenie pt. "Jak zapanować nad czasem? O skutecznych praktykach zarządzania" za cel przyjmuje rozwinięcie umiejętności koniecznych do skutecznego gospodarowania czasem – zarówno organizacyjnym, jak i własnym.

Bloki tematyczne:

Szkolenie jest zaplanowane na dwa dni.

I dzień

1. Zarządzanie czasem czy zarządzanie sobą w czasie? – wprowadzenie teoretyczne.
2. Nawyki, szkodliwe przyzwyczajenia i stereotypy.
3. Motywacja, komunikacja i interakcja – o czasie w relacjach międzyludzkich.
4. O instytucjach kultury: gdzie jest czas? Wyzwania, zagrożenia i szanse: perspektywa prawna, etyczna, społeczna i kulturowa.
5. Pracownicy i zarządzający w instytucjach kultury: nowa perspektywa w patrzeniu na czas.
6. Organizacja versus jednostka – szukanie symbiozy w czasie.

II dzień

1. Omówienie praktycznych metod, technik i narzędzi, w tym: metoda ALPEN, krzywa wydajności (REFA), analiza ABC, zasada 60/40, zasada Pareto, graficzne ustalanie proporcji, koszyk zadań oraz projektowanie w czasie – zbiór dobrych praktyk.

Każda z metod, technik i praktyk zostanie przećwiczona z uczestniczkami_kami szkolenia.

1. Przedstawione zostaną programy, usprawniające praktyki zarządcze z zakresu gospodarowania czasem (Trello, kalendarz Google, Nozbe, Asana, Grafiki dyżurów).
2. Praca w grupach – opracowywanie skutecznych strategii działania, uwzględniające różnorodne wyzwania związane z czasem; praca z użyciem programów – sprawdzanie wybranych technik w praktyce.

Efekty:

Zarządzające_y oraz pracownicy_cy organizacji kultury rozwiną kompetencje z zakresu skutecznych praktyk zarządczych, umożliwiających zapanowanie nad czasem. Efektem szkolenia będzie również zdobycie umiejętności z zakresu obsługi programów wspierających m.in. organizację dnia pracy, zarządzanie projektami, terminową realizację zadań oraz komunikację pomiędzy różnorodnymi komórkami organizacyjnymi.

Prowadząca:

Bogna Halska-Pionka

Motywowanie w sektorze kreatywnym i kultury

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, warsztaty
Grupa docelowa	kadra kierownicza, osoby odpowiedzialne za rozwój pracowników w organizacjach kultury i kreatywnych
Czas trwania	od 3 do 16 godzin

Zakres tematyczny:

Motywowanie to nie tylko jedna z głównych funkcji zarządzania, to również paląca potrzeba większości instytucji i organizacji. Stres, kryzys twórczy, presja czasu, brak funduszy, to tylko niektóre czynniki, które negatywnie wpływają na odczuwanie radości z pracy i obniżają chęć do działania. Co zatem robić, by wzmocnić motywację zespołu? Jakich metod użyć? Co zrobić, by wybrane metody odpowiadały na potrzeby wszystkich pracowników? Zacznijmy od warsztatu:)

Bloki tematyczne:

1. Motywacja pracowników artystycznych – podłoże teoretyczne.
2. Czynniki motywujące do pracy kreatywnej.
3. Dobre praktyki motywacji w sektorze kreatywnym i kultury.
4. Modele pracy z motywacją.
5. Metody rozwoju automotywacji artystów.
6. Tworzenie autorskich modeli rozwoju motywacji w instytucji kultury lub organizacji sektora kreatywnego.

Efekty:

Uczestniczki _cy zdobędą wiedzę dotyczącą teorii motywacji w sektorze kreatywnym i kultury w tym informację o czynnikach motywujących i demotywiających artystów. Otrzymają zbiór dobrych praktyk tworzenia systemu motywacyjnego w organizacji, a także stworzą zindywidualizowany szkielet modelu pracy wspierającego motywację pracowników. Szkolenie jest dostosowane do potrzeb organizacji i szczegółowy zakres zostanie zaproponowany po wstępnej konsultacji.

Prowadząca:

Paulina Kwiatkowska-Chylińska

Połącz kropki, czyli zarządzanie szlakami kulturowymi

Forma	on-line lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
metody szkoleniowe	prezentacja, warsztaty
Grupa docelowa	samorządy, organizacje kulturalne i turystyczne, lokalne grupy działania
Czas trwania	12 h (2 dni po 6 godzin)

Zakres tematyczny:

Podróżowanie po szlakach kulturowych jest dla odbiorców bardzo atrakcyjnym sposobem spędzania wolnego czasu, a dla samych właścielek_i i zarządczyń_ców obiektów przynależących do szlaku wiąże się z szeregiem korzyści. W Polsce funkcjonuje ponad 600 szlaków kulturowych, jednak niewiele z nich jest w odpowiedni sposób zarządzanych, co w konsekwencji skutkuje niedostatecznym wykorzystaniem ich potencjału. Szkolenie będzie dotyczyło najważniejszych aspektów związanych z tworzeniem i zarządzaniem szlakiem kulturowym.

Bloki tematyczne:

1. Czym są szlaki kulturowe?
2. Kryteria doboru obiektów przynależnych do szlaku – audyt.
3. Współpraca w ramach szlaków – interesariusze szlaków kulturowych.
4. Struktura zarządzająca szlakiem.
5. Promocja szlaku.
6. Produkty i usługi oferowane w ramach szlaku.
7. Dobre praktyki z zakresu tworzenia szlaków kulturowych – wybrane przykłady.
8. Międzynarodowe szlaki kulturowe lub sieci zrzeszające szlaki – przykłady i proces aplikacji.

Efekty:

W ramach szkolenia odbiorczynie_cy uzyskają podstawową wiedzę dotyczącą tworzenia i zarządzania szlakami kulturowymi. Wiedza teoretyczna zostanie zilustrowana przykładami. W ramach szkolenia przewidziana jest również część warsztatowa, w trakcie której będzie można w praktyce wykorzystać nabytą wiedzę.

Informacje dodatkowe:

Zespół IBOK może także dokonać audytu poszczególnych obiektów pod kątem ich potencjalnego włączenia w strukturę szlaku kulturowego oraz wspólnie ze zleceniodawcą opracować koncepcję zarządzania szlakiem kulturowym.

Maksymalna wielkość grupy wynosi 20 osób.

Prowadząca:

dr Agnieszka Konior

Emisja głosu z elementami retoryki i autoprezentacji

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	wykład, elementy warsztatu
Grupa docelowa	instytucje kultury, organizacje, samorządy, twórcy, pracowniczki_cy sektora kultury, freelancerki_rzy, itp.
Czas trwania	3 h

Zakres tematyczny:

Celem zajęć warsztatowych jest przyswojenie podstawowych zasad dotyczących emisji głosu, retoryki praktycznej oraz autoprezentacji, by poszerzyć wachlarz swoich możliwości oraz zniwelować złe nawyki.

Bloki tematyczne:

1. Wprowadzenie teoretyczne dotyczące ogólnie postawy i aparatu mowy.
2. Warsztaty obejmujące taki zakres tematyczny jak:
 - a. prawidłowy oddech (impostacja, ćwiczenia oddechowe),
 - b. barwa, dynamika, fonacja (rezonatory, miękki atak dźwięku),
 - c. dykcja, retoryka (aparat artykulacyjny).
3. Głos a złe nawyki (stereotypy, higiena pracy głosem).
4. Psychika i radzenie sobie ze stresem.
5. Autoprezentacja (podstawowe zasady budowania własnego wizerunku).

Efekty:

Osoby biorące udział w warsztatach otrzymają połączenie teoretycznej i praktycznej wiedzy w zakresie: anatomii, fizjologii, zasad działania aparatu oddechowego, artykulacyjnego, rezonatorów, oraz elementów niezbędnych obecnie do pracy w instytucjach kultury i edukacji oraz w mediach. Uczestniczka_k zyska również uporządkowaną wiedzę w kwestii umiejętności mądrego, higienicznego operowania głosem. Zwiększy świadomość własnych możliwości i ograniczeń. Pozyska narzędzia do dalszej pracy nad swoim głosem i wizerunkiem.

Informacje dodatkowe:

Tematyka warsztatów zostanie dopasowana do potrzeb i charakteru organizacji oraz formy prezentacji.

Prowadzący:

Elżbieta Król-Dryja

W poszukiwaniu równości, wartości i jakości: zarządzanie różnorodnością

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, warsztat
Grupa docelowa	kadra zarządzająca i pracownicy organizacji kultury
Czas trwania	12 h (2 dni po 6 godzin)

Zakres tematyczny:

Przedstawicielami kadr kultury są osoby zróżnicowane pod względem: płci, wykształcenia, wieku, posiadanych kompetencji, stylu życia, a także pochodzenia etnicznego. W dobie współczesnych transformacji za kluczową umiejętność we wszystkich procesach zarządzania organizacją, uznaje się zdolność do dostrzegania ogromnego potencjału i siły jaka tkwi w różnorodności. Celem szkolenia jest rozwinięcie kompetencji i umiejętności umożliwiających: budowanie różnorodnych zespołów, zapobieganiu dyskryminacji w miejscu pracy, tworzenie przyjaznej i pełnej poszanowania atmosfery, kształtowanie pozytywnego wizerunku organizacji, wspierania procesów inkluzji przy jednoczesnym efektywnym wykorzystywaniu potencjału pracowników.

Bloki tematyczne:

Szkolenie jest zaplanowane na dwa dni.

I dzień

1. Czym jest różnorodność? – wprowadzenie teoretyczne.
2. Czym jest różnorodność organizacyjna? – studium przypadku.
3. O potencjale, wynikającym z różnorodności – perspektywa organizacyjna i pracownicza.
4. Różnorodność: wyzwania i trudności: stereotypy, złe praktyki, wykluczenia, nierówność płci oraz podstawowe bariery.
5. O dobrych praktykach słów kilka: jak zarządzać, jak rozmawiać, jak wspierać i jak walczyć z nierównościami?

II dzień

1. O różnorodności w zarządzaniu (synteza teorii z praktyką): kultura organizacyjna, procesy rekrutacyjne, komunikacja wewnątrzorganizacyjna, strategie zarządzania różnorodnością, polityka równego traktowania, kodeks pracy a różnorodność.
2. Omówienie praktycznych działań z zakresu zarządzania różnorodnością.
3. Praca w grupach – opracowywanie skutecznych strategii działania z zakresu zarządzania różnorodnością, które zostaną dostosowane do potrzeb organizacji (diagnoza, rozpoznanie, analiza, rekomendacje).

Efekty:

Zarządzające i pracownicy organizacji kultury rozwiną kompetencje z zakresu skutecznych praktyk zarządczych, umożliwiających zarządzanie różnorodnością w organizacji. Efektem szkolenia będzie również zdobycie umiejętności z zakresu: budowania i wzmocnienia różnorodnej kultury organizacyjnej, wdrażania polityk równościowych, wspieraniu procesów inkluzji, przełamywania barier oraz budowania silnych i kreatywnych kadr kultury. Poprzez połączenie teorii z praktyką zostanie podniesiona świadomość nie tylko na temat samej istotnej roli różnorodności (w procesach zarządzania bądź aktach prawnych), ale i możliwych narzędzi, przy pomocy których możliwe będzie wdrożenie realnych zmian.

Prowadząca:

Bogna Halska-Pionka

Motywowanie, delegowanie czy zarządzanie? O przywództwie w organizacjach

Forma	on-line lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
metody szkoleniowe	prezentacja, warsztat
Grupa docelowa	kadra zarządzająca i pracowniczki_y organizacji kultury
Czas trwania	10 h (2 dni po 5 godzin)

Zakres tematyczny:

W dobie współczesnych wyzwań poszukuje się skutecznych rozwiązań, mogących minimalizować skutki kryzysów, a zarazem wspierać procesy dalszego rozwoju organizacji. Za szczególnie istotne uważa się motywowanie pracowniczek_ków, tworzenie spójnych misji i wizji organizacyjnych, ale i inspirowanie do twórczego działania oraz kreowanie przestrzeni do pełnego poszanowania dialogu, w którym mogą uczestniczyć wszystkie_y pracowniczki_cy. To właśnie przywództwo jawi się jako kluczowe we wdrażaniu tych zmian i wyznaczaniu kierunku działania. Kim jednak powinni być współcześni przywódcy? Celem szkolenia jest udzielenie odpowiedzi na to niezwykle trudne pytanie.

Bloki tematyczne:

Szkolenie jest zaplanowane na dwa dni.

I dzień

1. Dlaczego potrzebni są nam przywódcy? Perspektywy: teoretyczna, etyczna, zarządcza i prawna.
2. Przywódcy dawniej i dziś: obalanie mitów, stereotypów i fałszywych przekonań.
3. Diagnoza paradygmatów i stylów przywództwa: jaką rolę pełnię w swojej organizacji? Praca indywidualna z uczestniczkami_kami szkolenia.
4. Synteza jednostki z grupą: czy przywódcami są pojedyncze osoby? Praca warsztatowa w grupach – wspólne tworzenie planów działania np.: strategii komunikacyjnych, wizji i misji organizacyjnych i skutecznych rozwiązań mogących minimalizować skutki kryzysów.
5. Na styku zarządzania i przywództwa: zarządzanie w kryzysie, zarządzanie zmianą, kultura organizacyjna, motywowanie i inspirowanie pracowników oraz tworzenie strategii komunikacyjnych – prezentacja połączona z pracą w grupach (studium przypadku).

II dzień

1. Przywództwo kobiet: walka z nierównościami, wspieranie procesów inkluzji w organizacji, wyrównywanie szans.
2. Przywództwo a wyzwania etyczne: o tym, kim powinien, a kim nie może być przywódca?
3. Synteza teorii z praktyką: teorie i narzędzia przywództwa.

Efekty:

Zarządzające_y oraz pracowniczki_cy organizacji kultury rozwiną kompetencje z zakresu przewodzenia ludźmi (motywowania, inspirowania, diagnozowania wyzwań, implementowania skutecznych rozwiązań) oraz praktyk zarządczych, umożliwiających przeciwdziałanie kryzysom bądź ułatwiających świadome kierowanie zmianami organizacyjnymi. Efektem szkolenia będzie również zdobycie umiejętności z zakresu: tworzenia strategii partycypacyjnego tworzenia misji i wizji, zarządzania zmianą i zarządzania w kryzysie.

Prowadząca:

Bogna Halska-Pionka

Pisanie wniosków do krajowych programów dotacyjnych

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, elementy warsztatowe
Grupa docelowa	pracownicy_cy organizacji kultury (publicznych i pozarządowych)
Czas trwania	10 h (2 dni po 5 godzin)

Zakres tematyczny:

Pozyskiwanie środków finansowych z programów dotacyjnych pozwala na dywersyfikację źródeł finansowania działalności kulturalnej oraz realizację ponadstandardowych i oryginalnych przedsięwzięć. Szkolenie na poziomie podstawowym adresowane jest przede wszystkim do przedstawicieli_li samorządowych instytucji kultury oraz organizacji pozarządowych, które_rzy dotychczas w niewielkim stopniu miały_eli do czynienia z pisanem wniosków grantowych. Szkolenie składa się z dwóch części. Podczas pierwszej z nich uczestnicy zapoznają się z podstawami teoretycznymi pisania wniosków grantowych składanych do krajowych programów dotacyjnych na realizację projektów kulturalnych. Druga część zajęć będzie mieć charakter warsztatowy. W jej trakcie uczestnicy opracowują w grupach zarys wniosku grantowego w konsultacji z prowadzącym.

Bloki tematyczne:

Część teoretyczna obejmuje następujące zagadnienia:

1. Projekt i zarządzanie projektami – definicje.
2. Logika projektowa i cykl życia projektu.
3. Źródła finansowania projektów kulturalnych.
4. Regulaminy konkursów grantowych i wzory wniosków, kryteria oceny wniosków.
5. Zasady konstruowania wniosków grantowych – informacje ogólne.

Część warsztatowa obejmie następujące zagadnienia:

1. Omówienie zasad prawidłowego opracowania wniosku.
2. Definiowanie pomysłu, idei projektu oraz formułowanie jego koncepcji.
3. Analiza potrzeb, wyznaczanie celów, określanie rezultatów.
4. Opis miejsca i odbiorców.
5. Definiowanie produktów, rezultatów i oddziaływania.
6. Opis działań oraz syntetyczny opis projektu.
7. Budżet i harmonogram.
8. Opis zespołu projektowego i dotychczasowego doświadczenia.

Efekty:

W efekcie ukończenia szkolenia uczestniczki_cy uzyskają podstawową wiedzę i umiejętności z zakresu pisania wniosków grantowych na realizację projektów kulturalnych składanych do krajowych programów dotacyjnych. Poznają potencjalne źródła finansowania projektów, ogólne założenia opracowywania wniosków i praktyczne wskazówki dotyczące standardowych rubryk formularzy konkursowych. Dzięki temu będą przygotowani do napisania wniosku i jego złożenia.

Informacje dodatkowe:

W trakcie szkolenia możliwa jest praca na konkretnym pomysle na realizację projektu. Maksymalna wielkość grupy wynosi 20 osób.

Prowadzący:

dr Jarosław Kłaś

Kontrola zarządcza w instytucji kultury

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, dyskusja, studium przypadku
Grupa docelowa	pracownicy_cy publicznych instytucji kultury
Czas trwania	6 h

Zakres tematyczny:

Kontrola zarządcza jest obowiązkiem instytucji sektora finansów publicznych, w tym także instytucji kultury. Realizacja standardów może być jednocześnie użytecznym narzędziem diagnozowania i usprawniania zarządzania instytucją. Celem szkolenia jest przekazanie menedżerom zarządzającym wiedzy na temat planowania i wdrażania kontroli zarządczej w publicznych instytucjach kultury.

Bloki tematyczne:

1. Podstawa prawna i ogólne zagadnienia związane z wdrażaniem obowiązków kontroli zarządczej w instytucji kultury.
2. Omówienie standardów kontroli zarządczej z uwzględnieniem specyfiki instytucji kultury.
3. Zarządzanie ryzykiem i samoocena w kontroli zarządczej – przykłady realizacji.
4. Dokumenty wewnętrzne instytucji kultury (tworzenie zarządzeń, instrukcji, przykładowe wzory).
5. Zadania i odpowiedzialność osób zaangażowanych w kontrolę zarządczą w instytucji kultury (kierownik instytucji, główny księgowy i inni).

Efekty:

Przygotowanie pracowniczek_ków oraz kadry zarządzającej instytucji kultury do wdrożenia systemu kontroli zarządczej. W szczególności omówione zostaną przykładowe rozwiązania w zakresie zarządzania ryzykiem oraz samooceny. Uczestnicy otrzymają pomocne materiały, m. in. przykładowe wzory dokumentów (formularze oceny ryzyka, wzory procedur).

Prowadząca:

dr Agnieszka Szostak

Co wolno, co należy, a czego nie?

Prawo autorskie w praktyce

Forma	stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, dyskusja, studium przypadku
Grupa docelowa	twórcy, pracownicy_cy organizacji kultury
Czas trwania	6 h

Zakres tematyczny:

Celem szkolenia jest pozyskanie wiedzy teoretycznej z zakresu prawa autorskiego i wykształcenie umiejętności wykorzystania tej wiedzy do rozwiązywania problemów natury praktycznej. Szkolenie będzie miało charakter wykładu z elementami dyskusji, w trakcie którego będą analizowane liczne przykłady, które ułatwią zrozumienie przepisów obowiązującej ustawy.

Bloki tematyczne:

1. Utwór jako przedmiot prawa autorskiego.
2. Podmiot praw autorskich – twórca, współtwórca, twórczość pracownicza.
3. Zakres i czas ochrony osobistych oraz majątkowych praw autorskich.
4. Prawa pokrewne do artystycznych wykonań i fonogramów.
5. Ograniczenia treści autorskich praw majątkowych.
6. Umowy z zakresu prawa autorskiego.

Efekty:

Efektym szkolenia będzie przygotowanie pracowników oraz kadry zarządzającej instytucji kultury do zastosowania przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych w praktyce.

Informacje dodatkowe:

Istnieje możliwość dostosowania zakresu tematycznego do specyfiki organizacji (np. muzeów, filharmonii, teatrów, domów kultury etc.).

Prowadząca:

dr Anna Pluszyńska

Profilowanie kompetencji pracowniczych

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	prezentacja, warsztat kreatywny
Grupa docelowa	kadra zarządzająca, osoby odpowiedzialne za rozwój pracowników organizacji kultury i kreatywnych
Czas trwania	8h lub indywidualny proces doradczy

Zakres tematyczny:

W obecnych czasach, nie trzeba nikogo przekonywać jak ważną rolę w rozwoju organizacji pełni podnoszenie kompetencji poszczególnych pracowników. Podstawą do prowadzenia skutecznych działań rozwojowych, jest posiadanie sprawnego i odpowiednio dopasowanego modelu kompetencyjnego. Jednym z większych wyzwań współczesnych organizacji kreatywnych i kultury jest niewątpliwie budowanie spójnych i zindywidualizowanych profili kompetencyjnych. Profili, które dopasowane są do konkretnych potrzeb organizacji i uwzględniają umiejętności, postawy, czy cechy kluczowe dla profesji artystycznych.

Bloki tematyczne:

1. Dlaczego profilowanie kompetencji jest tak ważne w mojej organizacji?
2. Jakie są metody budowania profili kompetencyjnych?
3. Czego potrzebujemy jako organizacja, by zbudować sprawny profil kompetencyjny?
4. Od czego zacząć budowanie sprawnego profilu kompetencji?
5. Jak wygląda proces tworzenia profilu kompetencyjnego?
6. Jakie kluczowe kompetencje pracowników sektora kreatywnego i kultury warto wziąć pod uwagę w budowaniu profilu?
7. Kreowanie wstępnego modelu kompetencji.

Efekty:

Efektom jednodniowego szkolenia (8 godzin) pełnego teorii i praktyki jest otrzymanie przez uczestników podstaw do samodzielnego kreowania profili kompetencyjnych, a także wstępny schemat modelu do dalszego rozwoju. Istnieje także możliwość stworzenia kompletnego modelu, dopasowanego do indywidualnych potrzeb organizacji, w toku dalszego procesu doradczego, na zasadach ustalanych indywidualnie.

Prowadząca:

Paulina Kwiatkowska-Chylińska

Marketing mody

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	wykład, dyskusja
Grupa docelowa	pracownicy_cy sektora kreatywnego
Czas trwania	12 h (2 dni po 6 godzin)

Zakres tematyczny:

W ramach kursu omówione zostaną podstawowe zagadnienia z zakresu marketingu mody m.in. podział i charakterystyka rynku mody, zachowania konsumentów, branding, narzędzia promocyjne w odniesieniu do działań marek lokalnych i globalnych.

Bloki tematyczne:

1. Rynek mody na świecie i Polsce.
2. Strategia marketingowa.
3. Badania i planowanie.
4. Konsument na rynku mody.
5. Branding.
6. Promocja mody.

Efekty:

Uczestniczki_cy będą potrafiły_li wskazać i omówić podstawowe terminy z zakresu marketingu mody, scharakteryzować rynek mody w jego wymiarze globalnym i lokalnym, a także ocenić działania promocyjne marek modowych.

Informacje dodatkowe:

Maksymalna wielkość grupy wynosi od 12 do 28 osób.

Prowadzący:

dr Michał Wójciak

Teoria mody

Forma	on-line lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
metody szkoleniowe	wykład, dyskusja, lektura tekstów
Grupa docelowa	pracowniczy_cy sektora kreatywnego
Czas trwania	24 h (12 spotkań po 2 godziny)

Zakres tematyczny:

W ramach kursu omówione zostaną podstawowe zagadnienia z zakresu teorii kultury, stanowiące inspirację dla osób zajmujących się teorią mody w odniesieniu do zjawisk charakterystycznych dla branży w jej wymiarze lokalnym i globalnym.

Bloki tematyczne:

1. Czy potrzebujemy teorii mody? – spotkanie wprowadzające
2. Karol Marks – moda i kapitalizm.
3. Georg Simmel – wstęp do teorii mody.
4. Walter Benjamin – moda i nowoczesność.
5. Michaił Bachtin – moda i groteska.
6. Maurice Merleau-Ponty – cielesne doświadczenie mody.
7. Roland Barthes – semiologia mody.
8. Michel Foucault – polityka ciała.
9. Jean Baudrillard – postmodernistyczna moda.
10. Pierre Bourdieu – pole mody.
11. Bruno Latour – teoria aktora–sieci (ANT).
12. Judith Butler – moda i performatywność.

Efekty:

Osoba uczestnicząca w spotkaniach będzie potrafiła wskazać i scharakteryzować teorie kultury pomocne w interpretowaniu zjawisk z zakresu mody.

Informacje dodatkowe:

Przed każdym spotkaniem konieczne jest zapoznanie się z tekstami wskazanymi przez prowadzącego, które stanowiąc będą podstawę dyskusji. Maksymalna wielkość grupy wynosi od 12 do 16 osób.

Prowadzący:

dr Michał Wójciak

Metafory w promocji organizacji kultury

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	wykład, dyskusja, praca indywidualna
Grupa docelowa	instytucje kultury, pracownicy_cy sektora kultury
Czas trwania	8 h (4 spotkania po 2 godziny + praca własna pomiędzy spotkaniami)

Zakres tematyczny:

W ramach kursu zostaną omówione metafory jako narzędzie pomocne w promocji organizacji kultury: koncepcja metafor organizacyjnych G. Morgana, czy metafory głębokie G. Zaltmana. Poznane teorie uczestniczki_cy wykorzystają bezpośrednio w ramach ćwiczeń praktycznych, z wykorzystaniem serwisu Instagram.

Bloki tematyczne:

Spotkanie I

- Metafory w życiu codziennym.
- Metafory w zarządzaniu.
- Koncepcja metafor organizacyjnych G. Morgana.
- Zadanie: Przygotowanie moodboardu organizacji.

Spotkanie II

- Omówienie koncepcji metafor głębokich wg G. Zaltmana.
- Interpretacja przygotowanych moodboardów.
- Wybrane przykłady wykorzystania metafor w promocji instytucji kultury.
- Zadanie: Ustalenie metafory dla wybranej organizacji.

Spotkanie III

- Omówienie metafor opracowanych przez uczestników.
- Instagram – charakterystyka narzędzi.
- Pomocne narzędzia m.in. Canva, Planoly, Pinterest.
- Zadanie: Przygotowanie planu na miesiąc z propozycjami postów (w tym posty, relacje, rolki).

Spotkanie IV

- Omówienie przygotowanych strategii promocji.
- Podsumowanie zajęć.

Efekty:

W ramach spotkań uczestnicy i uczestniczki zapoznają się z koncepcją metafor w zarządzaniu i możliwościami ich wykorzystania w promocji wybranych/reprezentowanych organizacji kultury. Wymiernym rezultatem szkolenia jest przygotowanie przez uczestników strategii promocyjnej w serwisie Instagram.

Informacje dodatkowe:

Maksymalna wielkość grupy wynosi od 8 do 12 osób.

Prowadzący:

dr Michał Wójciak

Nowe technologie w kulturze

Forma	online lub stacjonarnie (w siedzibie instytucji)
Metody szkoleniowe	wykład, dyskusja
Grupa docelowa	pracownicy_cy sektora kultury i kreatywnego
Czas trwania	16 h (2 dni po 8 godzin)

Zakres tematyczny:

W dobie dynamicznego i zglobalizowanego świata, korzystanie z narzędzi cyfrowych staje się nieodzownym elementem skutecznej pracy animatorki_a kultury. Podczas szkolenia zostaną przedstawione narzędzia, które służą zarówno do skutecznej komunikacji, aktywizacji oraz angażowania uczestników, jak i tych ułatwiających efektywną pracę w grupie oraz wspólną pracę twórczą.

Bloki tematyczne:

1. Prezentacja różnorodnych narzędzi służących do skutecznej komunikacji z odbiorcami.
2. Strategie aktywizacji uczestników wydarzeń kulturalnych za pomocą narzędzi cyfrowych.
3. Narzędzia ułatwiające współpracę i efektywną pracę w grupie.
4. Narzędzia wspierających wspólną pracę twórczą online.
5. Dobre praktyki: przykłady udanych działań animacyjnych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych.

Efekty:

Podczas szkolenia uczestniczki_cy poznają praktyczne aspekty pracy z narzędziami cyfrowymi, które są kluczowe dla skutecznego animowania kultury w dzisiejszym świecie. Na szkoleniu, w praktyczny sposób, poszukamy odpowiedzi na pytanie jak wykorzystać narzędzia cyfrowe do efektywnego planowania, promocji i realizacji projektów kulturalnych, zwiększając tym samym ich skuteczność.

Uczestniczki_cy szkolenia będą mieli okazję zapoznać się z różnymi przykładami działań animacyjnych w przestrzeni internetowej, a także podzielić się swoimi doświadczeniami i inspiracjami.

Prowadząca:

Maja Gawryłek-Osińska



Maja Gawryolek-Osińska

Magister filozofii w zakresie filozofii nauki; od 2022 uczestniczka Szkoły Doktorskiej Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie w dziedzinie pedagogiki; od 2021 zatrudniona w Narodowym Centrum Kultury, jako specjalistka w obszarze szkoleń i profesjonalizacji sektora kultury. Członkini Zarządu Stowarzyszenia Strefa Wzrostu; certyfikowana trenerka kompetencji psychoedukacyjnych; facylitatorka modelu komunikacji DISC; koordynatorka projektów edukacyjnych: Motywajki, Strefa Aktywnej Młodzieży. Absolwentka Akademii Rzeczników Zmian 2.0 programu dla liderów i liderki pracujących na rzecz młodzieży w Warszawie, realizowanego przez Szkołę Liderów i Centrum Komunikacji Społecznej M. St. Warszawy.



Bogna Halska-Pionka

Ukończyła studia licencjackie z zarządzania kulturą i mediami oraz studia magisterskie na kierunku zarządzania kulturą w Instytucie Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej. W 2019 roku rozpoczęła naukę w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości. Członkini krakowskiej Rady ds. Równego Traktowania oraz tutorka w Collegium Invisibile. Jej zainteresowania badawcze oscylują wokół problematyki zarządzania czasem, zarządzania różnorodnością, procesów inkluzji oraz przywództwa edukacyjnego. Poprzez badanie przestrzeni organizacji kultury stara się zdiagnozować skuteczne techniki, metody i narzędzia z zakresu gospodarowania czasowością. Za istotny cel podejmowanych aktywności badawczych przyjmuje demaskację mechanizmów dyskryminacyjnych, przeciwdziałanie ekskluzji społecznej oraz budowanie polityk różnorodności w organizacjach.



dr Jarosław Kłaś

Kulturoznawca, badacz, animator i menadżer kultury. Doktor w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości (UJ). Dyrektor Ośrodka Kultury im. C. K. Norwida w Krakowie. Członek Instytutu Badań Organizacji Kultury – IBOK oraz Komisji Zarządzania Kulturą i Mediami Polskiej Akademii Umiejętności. Współpracuje z różnymi instytucjami kultury i organizacjami pozarządowymi. Prowadzi zajęcia z zakresu zarządzania kulturą dla studentów i słuchaczy studiów podyplomowych na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie i Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Główne zainteresowania badawcze: animacja kultury, zarządzanie instytucjami kultury i dziedzictwem kulturowym (zwłaszcza Nowej Huty).



dr Agnieszka Konior

Pracuje w Zakładzie Zarządzania Kulturą, w Instytucie Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Prezeska stowarzyszenia Instytut Badań Organizacji Kultury – IBOK. W 2019 roku obroniła pracę doktorską w dziedzinie nauk humanistycznych, w dyscyplinie nauk o zarządzaniu. Przewodnicząca komitetu organizacyjnego konferencji: Badania w sektorze kultury (2020) i Badania publiczności w instytucjach kultury (2019). Współpracuje z Krakowskim Biurem Festiwalowym przy realizacji programu Kraków – Miasto Literatury UNESCO tworząc cykl spacerów literackich po Krakowie. Interesuje się zagadnieniami związanymi z zarządzaniem dziedzictwem kulturowym, turystyką kulturową, dostępnością instytucji kultury i metodologią badań w kulturze.



Elżbieta Król-Dryja

Absolwentka Akademii Muzycznej w Krakowie o kierunku wokalnno-aktorskim oraz studiów pedagogicznych w Świętokrzyskiej Szkole Wyższej w Kielcach. W 2020 roku ukończyła studia podyplomowe na kierunku zarządzania kulturą w Instytucie Kultury UJ. W tym samym roku podjęła naukę w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości inicjując doktorat wdrożeniowy (Uniwersytet Jagielloński). Jej zainteresowania badawcze balansują wokół nowoczesnych metod zarządzania: partycypacyjnego, marketingowego (w szczególności marketingu wewnętrznego). Obecnie pracuje w Filharmonii im. K. Szymanowskiego w Krakowie jako artysta chóru. Posiada też na swoim koncie występy solowe, nagrania płytowe. Jednocześnie zaangażowana jest w działalność edukacyjną, prowadząc w domach kultury warsztaty wokalne wśród dzieci, młodzieży i dorosłych.



Paulina Kwiatkowska-Chylińska

Badaczka i edukatorka. Doktora nauk społecznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości. Specjalizuje się w temacie rozwoju kompetencji artystów i pracowników sektora kreatywnego i kultury. Współautorka innowacji społecznej Widzialnik Artystki, zrealizowanej w ramach programu TransferHUB. Prowadzi indywidualne procesy doradcze, i artcoachingowe oraz warsztaty dla freelancerów i organizacji kreatywnych. Współpracowała m.in. z Akademią Sztuk Pięknych w Krakowie, CD Project RED, Fundacją Dobra Sieć, Music School w Warszawie, Festiwałem Szekspirowskim w Gdańsku. Absolwentka kursu Global Talent Management na Uniwersytecie w Queensland (Brisbane, Australia). W GRUPIE ODITK współtworzy zdalne produkty rozwojowe (e-learningi, videocasty, narzędziowniki itp.) dla organizacji biznesowych i instytucji sektora publicznego.



dr Anna Pluszyńska

Pracownik naukowo-dydaktyczny w Zakładzie Zarządzania Kulturą, w Instytucie Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, doktor nauk humanistycznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu. Wiceprezes stowarzyszenia „Instytutu Badań Organizacji Kultury – IBOK”. Posiada znaczącą wiedzę z zakresu: zarządzania, prawa kultury (w tym prawa autorskiego) oraz marketingu kultury. Główny obszar jej zainteresowań badawczych stanowi otwartość w instytucjach kultury, w tym także o charakterze prawnym. Badawczo zajmuje się ponadto zagadnieniami związanymi z wolną kulturą oraz zjawiskiem crowdfundingu i crowdsourcingu. Autorka licznych publikacji naukowych, w tym dwóch monografii.



dr Agnieszka Szostak

Menadżer kultury, badacz, doktor w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości (UJ). Prowadzi zajęcia z zarządzania strategicznego i projektowania badań w Instytucie Kultury UJ. W stowarzyszeniu Instytut Badań Organizacji Kultury IBOK pełni funkcję skarbniczki. W latach 2004 – 2022 pracowała w Muzeum Krakowa, gdzie zajmowała się pozyskiwaniem funduszy, promocją oraz wsparciem zarządzania. Ponadto kierowała Sekcją Strategii i Rozwoju i koordynowała tworzenie i wdrażanie kolejnych strategii rozwoju Muzeum, a także zajmowała się monitorowaniem realizacji projektów, badaniami publiczności oraz kontrolą zarządczą. W latach 2017–2019 pracowała w zespole projektu badawczego, „Krakowski odbiorca kultury”, którego celem było poznanie preferencji publiczności krakowskich instytucji kultury. Jest też współautorką raportu podsumowującego projekt. Zaangażowana w prace komitetu organizacyjnego trzech edycji konferencji na temat badań w sektorze kultury (2019, 2020 i 2022).



dr Michał Wójciak

Projektant i teoretyk mody, asystent w Instytucie Kultury na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, gdzie w 2019 roku uzyskał stopień doktora w dziedzinie nauk społecznych. Jest również absolwentem Krakowskich Szkół Artystycznych oraz Zespołu Szkół Odzieżowych nr 1 im. Stanisława Wyspiańskiego w Krakowie, gdzie zgłębiał tajniki projektowania mody oraz krawiectwa. Laureat polskich i zagranicznych konkursów dla projektantów mody. W 2020 roku w ramach programu „Stypendia Twórcze Miasta Krakowa” zrealizował projekt „Michał Wójciak – pracownia otwarta”.

WYBRANE PROJEKTY REALIZOWANE PRZEZ CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA:

Teoretycznie praktyczne spotkania o zarządzaniu kulturą

Cykl spotkań, który ma na celu umożliwienie naukowcom popularyzacji wyników ich badań, zaznajomienie pracowników sektora kultury z najnowszymi osiągnięciami naukowymi, zwiększenie wpływu badań naukowych na zmiany w otoczeniu społeczno-gospodarczym ośrodków badawczych, poprzez ich większe możliwości wdrożeniowe.

Więcej informacji:

www.ibok.org.pl/projekty/szkolenia/teoretycznie-praktyczne-spotkania

Webinaria o prowadzeniu badań w sektorze kultury

Cykl spotkań dla pracowników instytucji kultury i wszystkich innych osób chcących podnieść swoje kompetencje z zakresu prowadzenia badań. Spotkania poprowadzili eksperci wykorzystujący w swoich badaniach prezentowane metody i techniki, w tym ankiety, zogniskowane wywiady grupowe, etnografię organizacji czy badania w działaniu.

Więcej informacji:

www.ibok.org.pl/projekty/szkolenia/webinaria-o-badaniach

Badania o badaniach. Czy i jak instytucje kultury pozyskują wiedzę o sobie i swoim otoczeniu?

Impulsem do podjęcia badań była teza, że publiczne instytucje kultury w Polsce prowadzą badania i dotyczą one różnych zjawisk, zarówno organizacyjnych jak i artystycznych. Zespół badawczy starał się pozyskać wiedzę na temat tego kto i jak bada, kiedy, z kim oraz dlaczego. Udostępniony raport stanowi syntezę badań. Zawiera rekomendacje skierowane do instytucji kultury oraz sformułowane dalsze luki badawcze

Więcej informacji:

www.ibok.org.pl/projekty/badania-o-badaniach



Instytut Badań Organizacji Kultury



/IBOKorg



/2020ibok



Instytut Badań Organizacji Kultury



/company/stowarzyszenie-ibok



/IBOK