

# Výzva k účasti

Akademii Institutu umění 2017



**Akademie Institutu umění je vzdělávací program pro kulturní manažery zaměřený na rozvoj klíčových dovedností potřebných pro řízení kulturní organizace. Po zkušenostech z pilotního ročníku v loňském roce otevíráme další ročník, který se uskuteční v Praze na podzim 2017.**

Program pořádá Institut umění – Divadelní ústav (IDU) a je určen pro vedoucí manažery a odborné pracovníky dvanácti veřejných a neziskových kulturních organizací; program povedou špičkoví lektori na dané dovednosti. Každá organizace nominuje dva účastníky: hlavního manažera + specialistu či kolegu pro dané téma. Hlavní manažer se zavazuje účastnit se všech akcí programu.

Na základě zkušeností se v roce 2017 zaměříme především na workshopy a intenzivní práci v menších skupinách. Kurz se skládá ze sedmi workshopů, do kterých se zapojí skupina zástupců šesti organizací. Organizace budou rozděleny do skupin A a B dle vlastních časových možností. Na závěr Akademie Institutu umění proběhne společná prezentace jednotlivých organizací se zpětnou vazbou od lektorů, organizátorů a ostatních účastníků.

Cílem Akademie je rozvíjet klíčové kompetence kulturních pracovníků. Současné trendy práce s publikem, zvyšující se konkurenceschopnost v nabídce kulturních služeb, mění se zaměření velkých veřejných institucí a nové technologie představují náročnou výzvu pro řízení kulturních organizací všech typů (příspěvkových i neziskových). Pro zvýšení profesionalizace je proto zapotřebí, aby kulturní manažeři sledovali nové trendy, příklady dobré praxe a nástroje zvyšující jejich odbornost. Celoživotní vzdělávání v kultuře je např. v porovnání se sociálním sektorem nedocenené a nedostatečně rozvinuté. Tuto skutečnost potvrdila i analýza potřeb napříč kulturními odvětvími, která byla realizována v rámci výzkumného projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR.<sup>1</sup>

**Přihlášku vyplňte zde: <https://goo.gl/forms/5o0zEFgswY2XcCRm2>**

---

<sup>1</sup> [www.kreativnicesko.cz](http://www.kreativnicesko.cz)

**Termín uzávěrky je 31. 5. 2017.** Výběr účastníků provede výběrová komise Institutu umění a výsledky budou oznámeny do 15. 6. 2016.

**Kurzovné:** 11 500 Kč + 21 % DPH (zahrnuje účast dvou zástupců jedné organizace)  
Do programu je zařazena i nabídka individuálního workshopu *Drzý cíl* s Michalem Procházkou, který navazuje na workshop *Objevte svůj Drzý cíl*. Tento individuální workshop není zahrnut do ceny kurzovného a není zařazen do výše uvedeného programu. Nabízíme ho za zvýhodněnou cenu 4 000 Kč + 21 % DPH. Workshop spočívá v individuální práci školitele přímo s týmem organizace. Organizace se mohou pro účast na tomto individuálním workshopu rozhodnout do 30. 6. 2017, workshopy se uskuteční v termínech 13.–15. 9. a 18.–22. 9. 2017.

**Kontakt:** Táňa Švehlová, T 734 445 137, E [tana.svehlova@divadlo.cz](mailto:tana.svehlova@divadlo.cz)

# PROGRAM

## Program pouze pro hlavní manažery organizací

12. 9.	9.00–12.00	workshop	Michal Procházka <i>Objevte svůj Drzý cíl</i>
25. a 26. 9.	9.00–16.00	workshop	Michal Procházka: <i>Jak designovat nové služby a produkty?</i>

## Program pro hlavního manažera a jednoho zástupce organizace – Skupina A

10. 10.	9.00–16.00	workshop	Irena Swiecicki: <i>Strategické myšlení a plánování</i>
11. a 12. 10.	9.00–16.00	workshop	Dana Hague: <i>Projektové řízení</i>
30. 10.	9.00–16.00	workshop	Tomáš Hrivnák: <i>Branding</i>
31. 10.	9.00–16.00	workshop	Radim Jung: <i>Obsahové strategie</i>
22. 11.	9.00–16.00	workshop	Jan Kroupa: <i>Fundraising</i>

## Program pro hlavního manažera a jednoho zástupce organizace – Skupina B

11. 10.	9.00–16.00	workshop	Irena Swiecicki: <i>Strategické myšlení a plánování</i>
16. a 17. 10.	9.00–16.00	workshop	Dana Hague: <i>Projektové řízení</i>
1. 11.	9.00–16.00	workshop	Tomáš Hrivnák: <i>Branding</i>
2. 11.	9.00–16.00	workshop	Radim Jung: <i>Obsahové strategie</i>
21. 11.	9.00–16.00	workshop	Jan Kroupa: <i>Fundraising</i>

## Program pro více zástupců z jedné organizace

23. 11.	9.00–16.00	<i>Prezentace výsledků všech účastníků Akademie 2017</i>	
Individuální	3 hod.	workshop	Michal Procházka: <i>Individuální workshop Drzý cíl</i>

# WORKSHOPY

## **Michal Procházka: *Objevte svůj Drzý cíl***

Limity? Ty existují jen v naší hlavě. Objevte váš Drzý cíl! To je to, co odlišuje skvělé týmy od těch průměrných. Naučíte se překonávat limity, které považujete za nepřekonatelné. James Collins a Jerry Porras si položili jednoduchou a naprosto správnou otázku. Co mají společného mimořádně úspěšné společnosti světa, co ti průměrní nemají? Existuje něco takového? Hledali společný jmenovatel firem jako Ford, IBM, Boeing či Walt Disney. Hledali vlastně takový tajemný šém, který by mohli strčit do jakékoliv jiné firmy a udělat z ní další byznysovou star. A našli překvapivou odpověď. Zjistili, že všechny tyto firmy mají ve svém DNA schopnost klást si velké, drzé a velmi těžko dosažitelné cíle. Na workshopu se naučíte, jak objevit váš Drzý cíl, a otevřít tak potenciál vašeho týmu.

## **Michal Procházka: *Jak designovat nové služby a produkty?***

Málokteré skvělé služby nebo produkty vznikají jen jako zázračný nápad od stolu. Během workshopu Sprintu se naučíte vytvořit mapu vašich zákazníků a jejich potřeb. Ukážeme vám, jak navrhovat různá řešení a nakonec z nich vybrat to nejlepší. Získáte podklady, jak vytvořit realistický prototyp a otestovat jej s cílovými zákazníky. Metodiku designu nových produktů Sprint zpopularizoval zejména Google. Během workshopu Michal Procházka rozšiřuje Sprint o řadu kreativních technik tak, aby bylo možné zasadit kreativitu do smysluplného kontextu, s jasným cílem a účelem. Dvoudenní workshop je určen dvanácti hlavními manažerům kulturních organizací.

## **Michal Procházka: *Individuální workshop Drzý cíl***

Pro účastníky Akademie Institutu umění nabízíme individuální tříhodinový workshop Drzý cíl, kde každá organizace dostane příležitost najít a rozpracovat svůj Drzý cíl v dialogu s byznys provokatérem Michalem Procházkou. Přínos workshopu: aktivace tvůrčího myšlení a osobní rozvoj, ukázka praktických cest, jak kreativně řešit konkrétní problémy a výzvy, a nakonec zamyšlení nad sebou, nad svou prací a nad tím, co můžete udělat lépe. Kurz je určen pro skupinu 5–12 zástupců organizací a zvláště zpoplatněn částkou 4 000 Kč + 21 % DPH.

## **Irena Swiecicki: *Strategické myšlení a plánování***

Praktický workshop přípravy strategického plánu, kde budete sami sbírat podklady pro kvalitní strategický plán a dozvíte se vše z praxe o zpracování populární SWOT analýzy. Naučíte se, jak výsledná data překloupat do formulace dlouhodobých cílů – toto téma není zpracováno v literatuře, a tak se SWOT analýza často stává jen dokumentem pro dokument. Někdy ale ani univerzální SWOT analýza úplně nefunguje, a tak se naučíte i další metody – například Barrettovu práci s hodnotami a jak se hodnoty promítají do života vaší kulturní organizace. Během workshopu si na vlastních příkladech osvojíte techniku, jak z analýz vytvořit realizovatelné cíle. Zkusíte si, jak se dá nově definovat poslání. Vytvoříte si zkrátka kostru základního návrhu vlastní strategie. Před workshopem získáte odkaz na dvouhodinovou přednášku *Strategické myšlení a plánování* o základech strategického plánování, vyslovenou

během pilotního ročníku Akademie Institutu umění. V ní se dozvíte, jak strukturovaně uvažovat o organizaci, jejích cílech, specifikách, možnostech a kapacitách. Ukážeme, proč je důležité si stanovit cíl, jak jej nejlépe definovat a poté připravit kroky k jeho dosažení. Až potom přijde na řadu společný jednodenní workshop, kde toto vše začnete prakticky zhodnocovat.

### **Dana Hague: *Projektové řízení***

Projekty – velké, malé, lokální, regionální, evropské – jsou všude kolem nás. Projektem může být konference, festival, knižní sbírka, může trvat měsíc nebo rok, zahrnovat dvacet nebo dvacet tisíc lidí. Je to právě rozmanitost projektů, která vyžaduje pevný rámec, aby se všechny nitky nakonec spojily do úspěšného konce. Úspěch projektu ovlivňuje celá řada kontrolovatelných i nekontrolovatelných faktorů. Těžko můžeme ovlivnit, jestli nám onemocní hlavní hvězda programu – nicméně se na takovou eventualitu můžeme připravit. A právě tomu napomáhá metodologie projektového řízení pomocí nástrojů, jako jsou projektový plán, analýza rizik nebo kritická cesta v harmonogramu. I nejlepší plán ale může tvářit v tvář realitě selhat a potom záleží především na projektovém manažerovi a jeho týmu, jak se se situací vypořádá. Školení projektového řízení se zabývá oběma aspekty projektového řízení – jak metodologickými, tak i aspekty práce s lidmi a jejich motivací. Je zaměřeno na praktickou stránku a v jeho průběhu si účastníci mohou zpracovat reálné nebo modelové projekty.

### **Tomáš Hrivnák: *Branding pro kulturní organizace***

Workshop vám umožní navázat na teoretické znalosti a případové studie z přednášky a do hloubky se ponořit do vašeho konkrétního problému se značkou. Podle počtu účastníků se rozdělíme do skupin a budeme pracovat na jednotlivých zadáních. Vyzkoušíte si praktické použití nástrojů, postupů a metod, které běžně používáme v naší dlouholeté poradenské praxi. Naučíte se navrhnout výzkum značky, popsat její stávající kondici, vymyslet společně s kolegy a důležitými rozhodovateli její strategii. Budete vědět, jak dát své značce hlas, jak ji spojit s atraktivním a přitom univerzálně platným příběhem či jak zadat práci designérům.

### **Radim Jung: *Obsahové strategie pro kulturní organizace***

Jednodenní workshop bude rozdělen na dvě části:

#### *I. část: Proč vůbec komunikujeme a na koho se zaměřit?*

Organizace často podléhají falešnému pocitu, že cílová skupina jsou všichni. Ve snaze oslovit všechny nakonec neosloví vůbec nikoho. Workshop bude právě o této problematice a jak se jí vyvarovat. Pomocí praktických cvičení se účastníci dozví, jakým způsobem si zpracovat tzv. persóny a lépe pochopí na koho se mají v marketingu a komunikaci zaměřit. Rozdělení aktivit podle persón potom pomůže účastníkům pochopit, že cílových skupin je spousta a mají docela jiné potřeby a zájmy. Workshop bude rozdělen na krátkou teoretickou předmluvu a následně navede účastníky ke zpracování persón pro jejich konkrétní instituce.

#### *II. část: Obsahová strategie – jak na to?*

V návaznosti na první část workshopu bude odpolední část, věnovaná obsahové strategii, navádět účastníky ke konkrétní práci s cílovými skupinami. Jestli už budou účastníci vědět ke

komu mluví, budou potom lépe schopni přiřadit každé skupině konkrétní aktivity. Workshop představí základní instrumenty, jako jsou tón hlasu, preferované styly komunikace a redakční plán. Tón hlasu pomáhá organizacím držet konsistentní hlas pro svoji komunikaci, a je tedy nástrojem převážně pro autory textu, aby se drželi stejných pravidel skladby slov a vět. Účastníci se dozví, jak takový dokument vytvořit a uvést v platnost. Redakční plán je potom zárukou, že vždy máme co komunikovat a že organizace má jasný plán, jakým způsobem svá poselství dostává ke svému publiku. Čím lépe je zpracovaný plán, tím efektivnější je komunikace. Účastníci se dozví, jakým způsobem se tyto plány tvoří a udržují. Pochopení těchto základních instrumentů dává účastníkům jasný návod, jak řídit obsahovou strategii svých kulturních organizací. Účastníci získají odkaz na přednášku Radima Junga *Sociální média ve službách kultury* vyslovenou v rámci Akademie Institutu umění 2016.

### **Jan Kroupa: *Fundraising pro kulturu***

Prakticky zaměřený a značně interaktivní workshop nabídne základní přehled o tom, jak získat zájem a podporu soukromých dárců pro kulturně zaměřené organizace a iniciativy. Dozvíte se, co dárce motivuje, jak je oslovit, jak s nimi komunikovat a jak dlouhodobě udržet jejich přízeň. Ukážeme si, za který konec práci s dárci chytit a co by mohly být následné kroky konkrétně ve vaší organizaci a co vůbec připadá rozumně v úvahu.

### **Prezentace výsledků Akademie Institutu umění 2017**

Závěrečná třicetiminutová prezentace každého z účastníků Akademie Institutu umění 2017 s důrazem na formulování strategie, marketingového plánu a plánované či již provedené změny v návaznosti na absolvované workshopy. Prezentace budou následovány zpětnou vazbou od lektorů, organizátorů a ostatních účastníků. Networkingové setkání všech absolventů Akademie Institutu umění 2017.

# LEKTOŘI

## Dana Hague

Dana Hague je lektorkou manažerských dovedností a spolupracuje také s University of New York in Prague a Anglo-American College, kde přednáší témata spojená s rozvojem organizací na úrovni BBA a MBA. Dana v minulosti pracovala pro dvě Fortune 50 společnosti v Praze, Bruselu a Singapuru především na pozici projektové a programové manažerky na mnoha regionálních i globálních projektech a projektové řízení taktéž vyučovala jako interní trenérka. S projekty v oblasti kultury se Dana seznámila díky Pražskému Quadriennale a Institutu umění – Divadelnímu ústavu, kde vedla jedny ze svých nejzajímavějších školení v oblasti projektového řízení.

## Tomáš Hrivnák

Tomáše vždy fascinoval jazyk – ve všech jeho podobách. Původně lingvista počátkem devadesátých let začínal jako textař v MARK/BBDO. Neměl zpočátku ani vlastní stůl, a tak adaptace reklam na žvýkačky Wrigley musel psát v době, kdy ostatní odešli na oběd. Když přesvědčil, že už umí psát správně *e* s háčkem a vyslovovat *ř*, stal se na chvíli kreativním ředitelem. Přes několik dalších reklamek a vlastních firem se dostal až ke značce. Myslí si, že značka není logo, ale návod na vytváření ekosystému významů, do kterých se mají zákazníci zamilovat. Dnes má svoji vlastní malou brandingovou agenturu a s několika skvělými lidmi se snaží, aby bylo ve světě značek méně toxicity.

## Radim Jung

Radim je spolujednatel obsahové agentury McShakespeare. V průběhu své patnáctileté kariéry vystřídal více pozic v reklamě, marketingu a převážně public relations. Je držitelem magisterského titulu v oboru Politická komunikace z Kingston University London. Jeho oblíbeným tématem jsou veřejné kampaně, zaměřené na změnu veřejného mínění. V posledních letech Radim částečně opustil oblast vztahů s médii a zařadil do svého repertoáru více online kanálů a sociálních médií. Radim přednáší na vysokých školách v České republice a na Slovensku, bubnuje na cajon a mluví střídavě spisovně a sprostě.

## Jan Kroupa

Přes patnáct let působí jako konzultant, lektor a analytik v oblasti filantropie, fundraisingu a managementu organizací občanské společnosti v České republice a více než deseti zemích světa, především ve střední a východní Evropě. Je spoluzakladatelem Českého centra fundraisingu, předsedou NETT o. s. (nezávislý think-tank pro občanskou společnost, [www.ttnett.cz](http://www.ttnett.cz)) a členem několika správních rad neziskových organizací u nás i v zahraničí.

## Michal Procházka

Michal pracuje s řadou českých firem jako byznys provokatér. Zaměřuje se na práci s managementem, se kterým prostřednictvím řady kreativních technik hledá zcela nové,

inovativní řešení konkrétních problémů. Jako facilitátor se zaměřuje zejména na oblasti product development a B2B marketing. V nedávné době pracoval s firmami jako Česká spořitelna, E.ON, Homecredit, Alcon, Škoda Auto, ale i s řadou startupů, menších firem nebo neziskových organizací. Je absolventem Divadelní fakulty JAMU, dva roky vedl marketing pro netmail, největšího partnera Googlu v ČR pro Google Apps, založil o. s. Augusto, řídil řadu grantových projektů a několik let vedl módní značku DaDiva. Jako finalista show Česko Slovensko má talent se věnoval profesionálně baskytaře v kapele mako!mako.

### **Irena Swiecicki**

Po absolvování činoherní režie pracovala jako režisérka v Činoherním studiu, v Divadle Komedie, Alfredovi ve dvoře, spoluzakládala NoD, vytvořila divadelní dramaturgii do stále fungujícího TEATRO.XY, dnes pod názvem Teatro NoD. Od roku 2003 pracuje jako nezávislá lektorka, konzultantka a koučka. Proškolila více než 15 000 osob v celé ČR i v zahraničí. Vytvořila řadu strategických a fundraisingových plánů pro neziskové a příspěvkové organizace, napsala desítky úspěšných projektů (včetně programu Evropské unie Culture 2000). Několik významných neziskových organizací strategicky provází dlouhodobě. Vede o. p. s. TARA, která s projektem Paramita a další desítkou lektorů školí především pracovníky neziskového sektoru. Založila obchod na podporu Tibetánů v exilu TARA-Tibet.