



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 – 2020





OBSAH

1. VIZE, POSLÁNÍ, CÍLE Hnutí BRONTOSAURUS	4
1.1 Vize Hnutí Brontosaurus	4
1.2 Poslání Hnutí Brontosaurus	4
1.3 Programové cíle Hnutí Brontosaurus	4
2. ANALYTICKÁ ČÁST	5
2.1 Analýza vnějšího prostředí	5
2.1.1 SOCIÁLNÍ FAKTORY	5
2.1.2 TECHNOLOGICKÉ FAKTORY	5
2.1.3 ENVIRONMENTÁLNÍ FAKTORY	6
2.1.4 EKONOMICKÉ FAKTORY	6
2.1.5 POLITICKÉ FAKTORY	7
2.2 Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení činnosti HB	8
2.2.1 SILNÉ STRÁNKY HB	8
2.2.2 SLABÉ STRÁNKY	8
2.2.3 PŘÍLEŽITOSTI	9
2.2.4 OHROŽENÍ	10
3. STRATEGICKÉ CÍLE	11
3.1 Strategický cíl Vnitřní podpora	12
3.1.1 Znění cíle	12
3.1.2 Indikátory naplnění cíle	12
3.1.3 Speciální potřeby	12
3.1.4 Zdůvodnění cíle	12
3.1.5 Vazba cíle na strategické dokumenty	13
3.1.6 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 - 2020	13
3.2 Strategický cíl Produkty	17
3.2.1 Znění cíle a indikátory naplnění	17
3.2.2 Speciální potřeby	17
3.2.3 Zdůvodnění cíle	18
3.2.4 Vazba cíle na strategické dokumenty	18
3.2.5 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 - 2020	18
3.3 Strategický cíl Marketing	20
3.3.1 Znění cíle	20



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

3.3.2 Speciální potřeby _____	20
3.3.3 Zdůvodnění cíle _____	20
3.3.4 Vazba cíle na strategické dokumenty _____	20
3.3.5 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 – 2020 _____	20
3.4 Strategický cíl Finanční udržitelnost _____	23
3.4.1 Znění cíle _____	23
3.4.2 Indikátory naplnění _____	23
3.4.3 Speciální potřeby _____	23
3.4.4 Zdůvodnění cíle _____	23
3.4.5 Vazba cíle na strategické dokumenty (vize, poslání, programové cíle) _____	23
3.4.6 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 – 2020 _____	24
3.5 Strategický cíl Středoškoláci _____	26
3.5.1 Znění cíle _____	26
3.5.2 Indikátory naplnění cíle _____	26
3.5.3 Speciální potřeby _____	26
3.5.4 Zdůvodnění cíle _____	27
3.5.5 Vazba cíle na strategické dokumenty _____	27
3.5.6 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 – 2020 _____	27
4. ŘÍZENÍ PLÁNU, INFORMACE, KONTAKTY _____	29
4.1 Revize a příprava akčních plánů _____	29
4.2 Řízení naplňování cílů a akčních kroků _____	29
4.1 Další informace _____	29



1. Vize, poslání, cíle Hnutí Brontosaurus

Tyto dokumenty zůstávají v platnosti z minulého období. Jejich případná revize může být postupně připravena na další plánovací proces, ukáže-li se to jako potřebné.

1.1 Vize Hnutí Brontosaurus

Chceme svět, ve kterém lidé nejsou lhostejní ke svému okolí, respektují a ctí přírodu a kulturní bohatství a společně o ně pečují.

1.2 Poslání Hnutí Brontosaurus

Hnutí Brontosaurus je česká nezisková organizace, která se zaměřuje na ochranu životního prostředí a volnočasové aktivity pro děti a mladé.

HB propojuje dobrovolnickou práci pro přírodu a památky, smysluplnou zábavu a vzdělávání, s důrazem na bezprostřední kontakt s přírodou, rozvoj osobnosti a aktivní zapojení jednotlivce.

1.3 Programové cíle Hnutí Brontosaurus

- Vychovávat sebe i druhé prací, vlastním příkladem, hrou i bezprostředním kontaktem s přírodou k zodpovědnému přístupu k životu a planetě. Chránit přírodu a hledat cesty k souladu mezi ní a člověkem. Pečovat o kulturní a historické dědictví a rozvíjet jeho odkaz dnešku.
- Zajímat se o problémy společnosti a s ohledem na dlouhodobá hlediska a názory druhých lidí hledat jejich řešení. Podporovat zdravé snahy usilující o odklon od konzumního způsobu života.
- Dávat si navzájem radost. V tomto duchu pořádat nápadité pracovní a zážitkové akce. Pomáhat zejména mladým lidem vytvářet kolektivy umožňující pocit sounáležitosti, uznání a seberealizace.



2. Analytická část

Strategický plán vychází z těchto podkladů:

- níže uvedených **analýz**
- výstupů **Programové konference Hnutí Brontosaurus 2015**
- **vyhodnocení Strategického plánu 2012 – 2016**

2.1 Analýza vnějšího prostředí

Vysvětlivky k tabulkám

+ pozitivní vliv

-negativní vliv

/ Vzestupný trend (bude se zesilovat)

\ Sestupný trend (bude se oslabovat)

2.1.1 SOCIÁLNÍ FAKTORY

Vliv faktoru	Popis faktoru	Trend vývoje faktoru
+	etablování neformálního vzdělávání a dobrovolnictví ve společnosti	/
+ -	rozvoj občanských spolků (nabídky) – konkurence a zároveň aktivizace lidí	/
- (+)	nárůst nacionalismu ve společnosti (klad jen ve zvýšení zájmu o místní přírodu)	/
-	stárnutí populace (méně mladých)	/
-	nenávisť k neziskovkám	/
-	tendence mladých se nevázat na organizace	/
-	nezájem o systematickou ochranu přírody (o životní prostředí)	/
-	nárůst uprchlictví	/

2.1.2 TECHNOLOGICKÉ FAKTORY

Vliv faktoru	Popis faktoru	Trend vývoje faktoru
+	dostupnost internetu	/
+	rozvoj mobilních aplikací	/



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

+	zkrácení času -> dostupnost center (doprava, spolujízda)	/
+	nové vzdělávací pomůcky	/
+	e-learning	-
+	nové komunikační nástroje	/
-	závislost na mobilu být online	/
-	nové mobilní aplikace s kterými HB neumí pracovat	-
-	dopravní nedostupnost periferie	\
-	technologická gramotnost (rozevírání nůžek mezi mladým účastníkem a starším organizátorem, který nezná nejnovější trendy)	/
-	závislost na wifi	

2.1.3 ENVIRONMENTÁLNÍ FAKTORY

Vliv faktoru	Popis faktoru	Trend vývoje faktoru
+	aktuální témata mohou zvýšit citlivost a zájem o informace a zapojení se (palma olejná, náš tábor v Indonésii)	
+	význam lokálních témat v ochraně přírody	
+	vývoj envi technologií (elektroauta, ekobydlení), větší zájem veřejnosti	
+	sucho	
-	spousta problémů, které neřešíme	
?	vyjadřování k tématům ovlivňuje rozšíření členské základny HB	
?	malá propagační kapacita HB k těmto tématům	

2.1.4 EKONOMICKÉ FAKTORY

Vliv faktoru	Popis faktoru	Trend vývoje faktoru
+	ocenění dobrovolnické práce (převáděno na peníze)	
+	rozvoj individuálního dárcovství	
+	velké firmy – firemní dobrovolnictví	
+	asignace daní	
+	změna dotační politiky	
+	štedrost donorů	
+	nezaměstnanost	
-	závislost na možná klesajících dotacích (snad bude klesat)	
-	ekonomická krize (pokles: individ. fundraising, příspěvky účastníků, dotace)	
-	stagnace firemního dárcovství	
-	inflace, zdražování	



2.1.5 POLITICKÉ FAKTORY

Vliv faktoru	Popis faktoru	Trend vývoje faktoru
,+	podpora od zastřešujících organizací (Zelený kruh, ČRD, JRDM)	
+ -	zákon o dobrovolnictví (už je, vliv =?)	
+ -	elektronizace (digitalizace státní správy)	
-	přílišná regulace práce s dětmi a mládeží (hygienická pravidla, ...)	
-	kritika financování NNO (vyžírání státního rozpočtu)	
-	byrokratická zátěž	
-	změny občanského zákoníku	
-	protikorupční zákon	
-	zákon o veřejné prospěšnosti (byrokracie)	



2.2 Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení činnosti HB

Jednotlivé témata jsou řazena dle hodnocení významnosti/důležitosti/naléhavosti pro HB. Toto hodnocení je vyjádřeno body vpravo. **Tučně a zeleně označená témata byla dále rozpracována při stanovování strategických cílů.**

2.2.1 SILNÉ STRÁNKY HB

• péče o životní prostředí – lokální, reálná pomoc	19
• propojení zážitku, dobrovolnictví, neformálního vzdělávání	10
• vytváříme příležitosti pro osobní růst (dovednosti)	10
• výchova k aktivnímu občanství	8
• silný sociální potenciál + seznámení s novými lidmi	6
• vzdělávání organizátorů	4
• umíme vést lidi ke vztahu k vlastnímu ŽP a kultuře	4
• pestrá nabídka aktivit	3
• volnočasová ekovýchova	3
• tradice	3
• nekonfliktnost	2
• příležitost najít partnera (lidi mimo dosavadní vztahy)	2
• přátelská atmosféra	1
• posilování vztahu k práci	1
• zajímavé lokality, kde působíme	1
• dobré jméno (není negativní spojení s HB)	1
• lidé jsou dobrovolně zapojení, z nadšení	0
• pestrost (lidi, osobnosti, místa)	0
• celorepublikovost a zahraničí	0
• akreditace (uznání státem)	0
• neformální řízení organizace, (nepísaná pravidla) důvěra, kultura org.	0

2.2.2 SLABÉ STRÁNKY

• pomalé rozhodování	12
• malá identifikace členů a jednotek s celkem	12
• zapojování a udržení členů a organizátorů	8
• propagace (zacílení, nemoderní, distribuce, využití)	7
• závislost na dotacích	6
• nízké sebevědomí (hyperkritičnost)	5



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

• ústředí <--> články (výměna informací)	4
• nekonceptnost využívání lidských a finančních zdrojů	4
• špatně nastavené komunikační kanály	3
• náplň práce přesahuje úvazek	3
• tvrzení vs. praxe (nákupy na akci bez palmového oleje...)	3
• nízká míra vzdělanosti (v administrativě, organizování, odbornosti práce na lokalitě)	2
• finanční podhodnocení pracovníků	2
• nedostatečná IT podpora na ústředí	1
• fluktuace zaměstnanců na řídicích funkcích	1
• odměňování dobrovolníků	1
• mnoho teorie, málo akce	1
• komunikace našich témat na veřejnost (+ propojování s celospol. problémy)	1
• dobrovolnická práce v administrativě	1
• BIS – informační systém	1
• neznalost kritérií kvality	0
• zapojování dobrovolníků	0
• nemáme mechanismy vymáhání materiálů, dokladů, apod. ze ZČ, org.	0
• přílišná benevolence v pravidlech	0
• příliš mnoho drobných problémů	0
• přehnaná očekávání (idealismus)	0
• nevyužívání trendů v individuálním fundraisingu	0

2.2.3 PŘÍLEŽITOSTI

• efektivní komunikace s veřejností / propagace (dostat se do podvědomí, osobní pozvánky)	18
• cílení – akce pro SŠ	12
• reakce na aktuální environmentální problémy (akce, prohlášení, osvěta, ve spolupráci)	9
• využití potenciálu účastníků – aktivní členové	9
• oslovení veřejnosti – individuální fundraising	8
• využití mobilních aplikací (web, budky) ->responzivní design	7
• tábory pro rodiče s dětmi (dobrovolnické)	4
• akce pro veřejnost	4
• transfer know how z/do zahraničí	2
• zapojení těch, co prošli HB	2
• spolupráce v reakcích (koalice, environovinky)	2
• využití e-learningu (duhové střípky, OHB)	1
• využití nových komunikačních kanálů (instagram, twitter,tinder)	0
• dotace EU	0
• firemní teambuildingy	0



2.2.4 OHROŽENÍ

<ul style="list-style-type: none"> • Odchod tahounů a kvalitních pracovníků (z důvodu demotivace, finančního podhodnocení, osobních neshod, tragických událostí) bez toho, aby došlo ke kvalitnímu předání 	18
<ul style="list-style-type: none"> • Technologická a propagační zaostalost - zaspíme technologické a společenské trendy a přestaneme být pro cílovou skupinu atraktivní 	17
<ul style="list-style-type: none"> • Stagnace členské základny – nepodaří se obnovovat členskou základnu a vymřeme po věku 	9
<ul style="list-style-type: none"> • Peníze (dotace) = přestaneme dostávat dotace od MŠMT a jiných institucí 	8
<ul style="list-style-type: none"> • „Zapouzdření“, zakonzervování, uzavření 	6
<ul style="list-style-type: none"> • Ztráta společné členské identity a z toho plynoucí rozpad Hnutí 	4
<ul style="list-style-type: none"> • Přebujelá demokracie / byrokracie 	3
<ul style="list-style-type: none"> • Ztráta zázemí (kancl, atd.) 	2
<ul style="list-style-type: none"> • Příliš velké projekty 	2
<ul style="list-style-type: none"> • „Příliš odlišný článek“ - Článek, nebo člen, který by byl proti hodnotám a cílům hnutí, strhl by pozornost a zkazil nám jméno 	2
<ul style="list-style-type: none"> • Velký bronto-skandál – diskreditace Hnutí a ztráta dobrého jména (aktuální skandály, staří kostlivci) 	2
<ul style="list-style-type: none"> • Nevyužívání vnitřních zdrojů – chybějící příležitosti k seberealizaci, demotivace 	1
<ul style="list-style-type: none"> • Společnost proti NNO = NNO ztratí úplně kredit u veřejnosti 	1
<ul style="list-style-type: none"> • Velké účetní pochybení 	0
<ul style="list-style-type: none"> • Zapojení se do nevhodné kauzy – radikalizace v očích veřejnosti 	0



3. Strategické cíle

Na základě analýz a s ohledem na Programovou konferenci HB byly stanoveny tyto strategické cíle na období 2016 – 2020:

VNITŘNÍ PODPORA

„HB má vypracovaný systém vnitřní podpory a péče napříč organizací.“

PRODUKTY

„Máme ucelený a využívaný soupis a popis systému produktů HB.“

„Stěžejní vybrané produkty máme uceleně a srozumitelně zpracovány.“

MARKETING

„Máme vytvořený komunikační a vizuální styl HB a řídíme se jím. (prosinec 2016). Veřejnost nás vnímá tak, jak chceme, aby nás vnímala. (2020)“

„Máme každý rok vytvořený marketingový plán s cíli o naplněnosti akcí, který reflektuje výstupy z Programové konference 2015 a analýzy v rámci strategického plánování, a řídíme se jím. (prosinec 2016, 2017, 2018, 2019)

FINANČNÍ UDRŽITELNOST

„Hnutí Brontosaurus má rozrůzněné zdroje, které umožňují rozvíjet nezávislou činnost, jsou udržitelné a neohrožují finanční stabilitu.“

STŘEDOŠKOLÁCI

„HB systematicky pracuje se středoškoláky jako s jednou z cílových skupin.“



3.1 Strategický cíl Vnitřní podpora

3.1.1 Znění cíle

HB má vypracovaný systém vnitřní podpory a péče napříč organizací.

1. Je vytvořen a uveden do praxe mechanismus podpory na osobní úrovni, včetně souvisejících metodik a nabídky vzdělávání.
2. Je vytvořena a uvedena do praxe celková systematická koncepce oceňování členů, organizátorů, statutářů a pracovníků.
3. Nabídka servisu ÚHB základním článkům, regionálním centrům a klubům odpovídá jejich potřebám a informace o ní jsou dobře dostupné a přehledné.
4. Komunikace a zpětná vazba mezi ÚHB, základními články, regionálními centry a VVHB, fungují efektivněji.

3.1.2 Indikátory naplnění cíle

1. a 2. Prodlouží se aktivní zapojení organizátorů; zvýší se jejich zájem o zapojení na celobrontosauří úrovni; sníží se pocit přetížení pracovníků a aktivních dobrovolníků; sníží se míra fluktuace pracovníků na kanceláři HB.

3. a 4. Členové, organizátoři i statutáři se orientují v nabízeném servisu ÚHB, vědí na koho se obrátit s jakým požadavkem a kde najít aktuální informace.

3.1.3 Speciální potřeby

Zjištění potřeb ZČ, RC, klubů vůči RHB; Analýza současného stavu; Know-how a znalost příkladů dobré praxe v jiných organizacích;

Finanční zdroje na

- vytvoření, publikaci a distribuci metodik
- související vzdělávání
- případné rozšíření nabídky servisu ÚHB

3.1.4 Zdůvodnění cíle

Abychom se mohli dál rozvíjet a pokračovat v naší činnosti, potřebujeme našim účastníkům, členům, organizátorům, statutářům i pracovníkům nabídnout dostatečnou podporu a péči, aby naši tahouni nebyli ohroženi vyhořením a neopouštěli organizaci. Nestačí se soustředit na získávání nových účastníků a členů, ale je potřeba se věnovat těm stávajícím. Kromě motivačního oceňování a praktické podpory by měla být součástí naplňování tohoto cíle i zavádění určité formy mentorování, nebo koučování, jako způsob osobní podpory a péče.



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

Z čeho toto odůvodnění vychází: Na programové konferenci na VH HB 2015 bylo doporučeno "sjednocení a posílení centrálního servisu ústředí ve vztahu ke článkům, regionálním centrům a klubům a jeho užší zaměření na zjištěné potřeby těchto organizačních jednotek HB", zároveň bylo během analýzy současného stavu na RHB na podzim 2015 identifikován jako důležité ohrožení právě odchod našich tahounů a jako slabá stránka naše schopnost udržování stávajících účastníků a zapojování nových členů do dalších aktivit v rámci Hnutí.

3.1.5 Vazba cíle na strategické dokumenty

Rozvoj vnitřní podpory a péče o členy, dobrovolníky i pracovníky z programových cílů HB směřuje zejména k naplňování cíle: "Pomáhat zejména mladým lidem vytvářet kolektivy umožňující pocit sounáležitosti, uznání a seberealizace." (součást cíle "Dávat si navzájem radost")

Zároveň pokud chceme v souladu s naší vizí „svět, kde lidé nejsou lhostejní ke svému okolí“, tak nemůžeme být lhostejní ani k potřebám našich členů a spolupracovníků.

Naším posláním je propojovat dobrovolnickou práci se vzděláváním s důrazem na rozvoj osobnosti a aktivní zapojení jednotlivce. Tento cíl směřuje ke zlepšení naší schopnosti aktivně zapojovat jednotlivce i k rozvoji jejich osobnosti.

3.1.6 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 - 2020

Aktivity	Garant	Termín
Aktivity obecně zajišťující plnění cíle		
Vytvoření stabilní pracovní skupiny, která se bude cílem zabývat a setkávat v průběhu roku	Švára	VH HB 2016
Rozdělení odpovědnosti za jednotlivé kroky z realizačního plánu mezi členy pracovní skupiny a další aktéry	Švára	2016 březen / duben
Schůzky pracovní skupiny 4/rok	Švára	2016 duben
Schůzky pracovní skupiny 4/rok	Švára	2016 září
Schůzky pracovní skupiny 4/rok	Švára	2016 podzimní RHB
Schůzky pracovní skupiny 4/rok	Švára	2017 leden
Navázání na kroky započaté v předešlém období		
BIS 2.0	Ctibor	2016 – 2017
Analýza potřeb	Ctibor	2016 Q1
Sestavení realizačního týmu	Ctibor	2016 Q2
Design aplikace	Vedoucí real. Týmu	2016 Q2-Q3
Přizpůsobení struktury stávajících dat	Vedoucí real. Týmu	2016 Q2-Q3
Implementace návrhu	Vedoucí real. Týmu	2016 Q3-Q4



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

Testování	Vedoucí real. Týmu	2016 Q4
Nasazení a paralelní provoz se starým systémem	Vedoucí real. Týmu	2016 Q4 – 2017 Q2
Konec paralelního provozu	Ctibor	2017 Q3
Mozek		
Průběžné aktualizace a doplňování chybějících informací	Eva (koordinátor vzdělávání)	Průběžně
Informovat o konkrétních funkcích a oddílech Mozku v rámci brontosauřího magazínu, nebo podobného oběžníku	Redaktor webu HB	Průběžně
Zmapování částí mozku, které je potřeba doplnit a upravit	Cody	2016 jaro
Připravit informace pro čerstvé absolventy Organizátorských kurzů, jak se dál zapojit.	Eva (koordinátor vzdělávání)	2016 duben
Úprava přihlašování do skryté části mozku v návaznosti na BIS 2. 0	Vedoucí real. Týmu BIS 2.0	2016 prosinec
Zjišťování zpětné vazby k fungování mozku ze strany ZČ	Eva (koordinátor vzdělávání)	2016 podzim
Úprava funkce burzy na mozku	Vedoucí real. Týmu BIS 2.0	2017 leden
Zhodnocení a zapracování podnětů od ZČ	Eva (koordinátor vzdělávání)	2017 jaro / léto
Osobní komunikace mezi VV a ZČ		
Osobní pozvánky na VHHB a informování o výstupech SP	Švára, členové VV	2016 únor
Rozdělení článků mezi členy nového VV	Švára	VH HB 2016
Vyjasnění kompetencí a odpovědností vzhledem ke komunikaci s články	Švára, Cody, Očko	2016 březen
Rozdělení článků mezi členy nového VV	Předseda HB	VH HB 2017-2020
Návštěvy zástupce ÚHB a VV u ZČ	Cody, členové VV	Průběžně
Oceňování organizátorů a dobrovolníků		
Nová podoba ocenění za přínos pro HB	Ctibor	VH HB 2016
Zhodnocení nové podoby oceňování na VH – analýza nominací; zjišťování názoru vzorku delegátů na VH	Švára*	2016 březen
Podle hodnocení, příprava návrhů na zlepšení	Švára*	2016 prosinec
Hledání a určení odpovědné osoby za vedení březových lístků v rámci HB	Švára*	2016 jaro
Březové lístky na potáborovém setkání	Švára*	2016 září



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

Racionalizace rozesílání děkovných obálek na konci roku	Očko	2016 prosinec
Workshop výměna zkušeností organizátorů	Švára*	2016 září
Zmapování výchozího stavu a potřeb		
Dotazník zjišťující potřeby ZČ z hlediska servisu ÚHB	Očko , Eva, Marťa	VH HB 2016
Přesnější určení indikátorů a analýza dostupných kvantitativních dat	Švára	2016 březen
Vytvoření kvalitativního dotazníku k zjištění potřeb a aktuálního stavu určeného pro osobní pohovory s vybranými členy	Švára*	2016 duben
Osobní pohovory s reprezentativní skupinou zástupců článků, organizátorů...	Cody, členové VV	2016 Q2-3
Vytvoření kvantitativního dotazníku pro plošné šetření a doplnění chybějících dat	Švára*	2016 Q3
Plošné šetření	Švára*	2016 Q4
Analýza výsledků	Švára*	2017 Q1
Zjišťování toho, o jakou podporu a další vzdělávání by organizátoři stáli v rámci workshopu na potáborovém setkání	Švára	2016 září
Identifikování různých rolí v rámci HB na základě mapy "produktů"	Švára*	2016 jaro
Popis cílů neformálního vzdělávání pro různé role zastoupené v HB	Švára*	2016 podzim
Určení klíčových rolí s potřebami, stanovení priorit	Švára	2017 Q1
Identifikování možných nástrojů a postupů		
Zjišťování dobré praxe v jiných dobrovolnických organizacích pracujících s dětmi a mládeží	Švára*	2016 jaro – podzim
Účast na CVVZ	Švára*	2016 listopad
Konzultace / semináře s profesionálními lektory/kouči	Švára, pracovní skupina	2016 jaro, podzim
Příprava návrhů na základě zjištěných potřeb	Švára*	2016 zima
Zpětná vazba od článků k různým zjištěným možnostem a návrhům	Švára	2016 zima
Příprava návrhů možných rozšíření nabídky servisu pro ZČ a RC ze strany kanceláře	Joška	2016 zima
Vytvoření metodik a pokynů pro implementaci		
Aktualizace OP Systém komunikace a informovanosti v rámci HB	Cody	2017 jaro
Aktualizace dalších OP a VP souvisejících se navrženými změnami nabídky servisu pro ZČ a RC	Cody	2017 podzim
Vytváření informačních balíčků pro konkrétní role (příklad: startovací balíček pro hospodáře)	Koordinátor vzdělávání	2017 jaro
Vytváření metodik pro vybrané způsoby podpory (koučing, supervize...)	Koordinátor vzdělávání	2017 léto



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

Příprava vzdělávacích seminářů	Koordinátor vzdělávání	2017 podzim
Vzdělávání a informování o implementaci		
Informování o vzniklých metodikách pro organizátory na potáborovém setkání, nebo podobné příležitosti	Švára	2017 potáborové setkání
Informování o vzniklých metodikách pro statutáře ZČ HB na RHB	Švára	2017 podzimní RHB
Nástavbové semináře pro hlavní organizátory	Koordinátor vzdělávání	2018 listopad/prosinec
Informování o vzniklých metodikách pro statutáře ZČ HB na VH	Švára	2018 VH
Semináře pro statutáře na jarních RHB	Koordinátor vzdělávání	2018 duben/květen
Semináře v rámci výměny zkušeností na potáborovém setkání, nebo podobné příležitosti	Koordinátor vzdělávání	2018 září
Implementace vytvořeného systému		
Tvorba nabídky grantového servisu pro ZČ, RC (krok je I v oblasti Fin. Udržitelnost)	Lenka, Joška	2016 srpen
Zajištění finančních prostředků na zavedení nových servisních služeb ze strany Kanceláře	Joška	2017
Pilotní nabízení nových forem servisu pro ZČ, RC ze strany kanceláře	Joška	2017 podzim
Vyhodnocení pilotního provozu	Joška	2018 zima
Rozšíření nabídky i pro další ZČ, RC	Joška	2018 jaro
Zavádění nových forem oceňování	Švára*	2017 podzim, zima
Vyhodnocení a plánování dalšího postupu		
Analýza dostupných kvantitativních dat (jako bylo uděláno na začátku)	Švára*	2019 podzim
Zjištění stavu zvolených indikátorů a jejich porovnání s výchozím stavem	Švára*	2019 jaro
Příprava podkladů pro další strategický plán (vyhodnocení, doporučení atd.)	Švára	2019 podzim
Průběžné revize na podzimních RHB, nebo na setkáních pracovní skupiny v lednu	Švára	Podzimní RHB



3.2 Strategický cíl Produkty

3.2.1 Znění cíle a indikátory naplnění

1. Máme ucelený a využívaný soupis a popis systému produktů HB

PRODUKTEM rozumíme aktivitu, která se opakuje a v drobných obměnách naplňuje obdobné cíle. Př.: dobrovolnický tábor pro mládež, cyklus schůzek Brontosauřího dětského oddílu, dobrovolnicko-zážitková víkendovka.

Indikátory naplnění

- Máme uceleně a účelně sepsáno, co všechno Hnutí Brontosaurus dělá a jak to na sebe navazuje, pro koho to je, ...
 - Tento popis produktů je využíván v rámci činnosti celé organizace (vzájemně víme co všechno děláme, víme, kam lidi odkázat, dokážeme o tom informovat na organizátorských kurzech, ap.)
- ##### 2. Stěžejní vybrané produkty máme uceleně a srozumitelně zpracovány

Indikátory naplnění

Existuje komplexní popis vybraných produktů, kterými je Hnutí Brontosaurus jedinečné a které zachycují naše hlavní know-how. Jedná se o produkty, které maximálně odrážejí programové cíle, poslání a vize HB a závěry programové konference. Tyto produkty splňují veškeré požadavky na kvalitu.

Popisy jednotlivých produktů:

- definují přínosy účastníkům a organizátorům (neformální vzdělávání)
- definují přínos produktu ve společnosti, přesah (veřejnou prospěšnost)

Popis produktu je využíván ve vzdělávání organizátorů, při přípravě a vedení akcí, pro propagaci a marketingu HB, pro budování značky, jako metodický materiál pro koordinátory programů, vedení ZČ, RC a klubů.

Máme zpracovanou metodiku a know-how k realizaci těchto produktů využitelnou např. pro začínající organizátory, nové základní články, apod.

3.2.2 Speciální potřeby

Finance na zaplacení zpracování soupisu produktů, na zpracování popisu produktů a metodiky a její vydání.



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

3.2.3 Zdůvodnění cíle

Naplnění cíle přispěje k rozvoji a zkvalitnění činnosti Hnutí Brontosaurus v těchto rovinách (reflektuje analýzy strategického plánu a výstupy Programové konference HB):

- V rámci organizace vzájemně víme, co všechno děláme, proč a pro koho a je to písemně zachyceno (nepředáváno pouze ústní tradicí), víme, v čem je jedinečnost HB - význam dovnitř HB.
- Naši činnost díky tomu umíme představit navenek a dobře „prodat“ - význam pro marketing a oslovení nových účastníků.
- Dosáhneme větší srozumitelnost „co je to HB“ navenek - význam pro budování značky, vnímání veřejností.
- Umíme obhájit naši činnost z hlediska přínosu pro společnost a máme se o co opřít - význam směrem k donorům.
- Víme, co naše činnost přináší účastníkům, účastníci ví, co jim naše akce přináší, organizátoři ví a umí zužitkovat, co jim činnost v HB přináší - význam z hlediska identifikace a motivace účastníků, organizátorů, vedení.
- Díky metodickému zpracování produktů budeme umět lépe reflektovat potřeby cílových skupin a na akcích je uspokojovat - význam pro naše „klienty“.

3.2.4 Vazba cíle na strategické dokumenty

- Cíl vychází navazuje na předchozí strategický plán, zejména na oblast KVALITA.
- Cíl napomáhá naplnění vize, poslání a programových cílů jejich přenesením do praxe konkrétních aktivit. Zejména se opírá Programový cíl „Vychovávat sebe i druhé prací, vlastním příkladem, hrou i bezprostředním kontaktem s přírodou k zodpovědnému přístupu k životu a planetě. Chránit přírodu a hledat cesty k souladu mezi ní a člověkem. Pečovat o kulturní a historické dědictví a rozvíjet jeho odkaz dnešku.“

V rámci naplňování cíle:

- Ke zpracování budou vybrány ty stěžejní produkty, které maximálně naplňují vizi, poslání, programové cíle a závěry programové konference.
- Vize, poslání i programové cíle HB budou zpracovány do popisu stěžejních produktů.
- Vize, poslání i programové cíle HB budou zpracovány do metodik.
- Veškeré popisy, metodiky ap. budou vytvářeny s ohledem na 3. programový cíl „Dáváme si radost“ (tedy uživatelsky příjemně, motivačně inspirující formou).

3.2.5 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 - 2020

Akční plán 2016 - aktivity	Kdo	Kdy
analýza činností a sepsání přehledu produktů HB	Cody	na VH + setkání se zástupci článků, dokončit do dubna 2016
vytvoření pracovní skupiny na zpracování popisu produktu	Eva, Cody	na VH



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

vytvořit myšlenkovou mapu všech produktů a jejich propojení v HB	Eva	duben
zveřejnit myšlenkovou mapu a seznam a předat skupině Péče a podpora	Eva, Cody	duben
výběr stěžejních produktů k dalšímu rozpracování	Cody	do jarní RHB
schválení stěžejních produktů	Cody	na jarní RHB
vymyslet strukturu popisu stěžejního produktu	Eva (+pracovní skupina)	květen, červen
vytvořit základní popisy vybraných produktů pro účely marketingu	Eva (+pracovní skupina), Vojta	květen, červen
vytvořit plán využití popisů v praxi HB	Eva (+pracovní skupina)	podzimní RHB
každý rok se seznam produktů a myšlenková mapa aktualizuje	Eva	prosinec
Mezníky 2017 - 2020 -aktivity	Kdo	Kdy
vytvořit popisy vybraných produktů podle stanovené struktury	Eva (+pracovní skupina)	2017 únor
zakomponovat do cíle Produkty výstupy strategického cíle KVALITA z minulého SP	Michal Šmíd (+pracovní skupina)	2017 únor
schválení popisů stěžejních produktů a zveřejnění do HB (mozek, organizátorská metodika)	Cody, schválí VV	2017 před VH
workshop pro využití produktů na VH - vysvětlit k čemu je to v činnosti článků dobré	Eva, Lucka	2017 VH
začlenit do vzdělávání organizátorů (OHB, KAP, VZOR, Cestičky,...)	Lucka, Cody	2017 červen
začlenit do vzdělávání BRĎO vedoucích	Kaďa, Cody	2017 září
začlenění uceleného popisu (nejen základních) do marketingového plánu	Vojta , Cody	2017 říjen
akreditace uznávání neformálního vzdělávání	Eva , Cody	2017
osobní kompetenční portfolia (pro organizátory, účastníky, děti)	Eva , Cody, Lucka, Kaďa	2018
organizátorská (obecná) metodika zahrnující systém neformálního vzdělávání a stavějící na systému produktů	Eva, Cody , Lucka, Kaďa	2018
metodiky pro organizátory a vedoucí vybraných produktů (náměty a tipy na činnost, "pomocník pro realizaci produktu") - zahrnuje neformální vzdělávání, konkrétní inspirace (inspirace Junák)	Eva, Cody , Lucka, Kaďa	2020
pozn.: postupem času směřujeme „čím dál tím víc“ k uživatelské příjemnosti, konkrétní použitelnosti v praxi pro konkrétní lidi, organizátory apod.		



3.3 Strategický cíl Marketing

3.3.1 Znění cíle

1. **Máme vytvořený komunikační a vizuální styl HB a řídíme se jím. (prosinec 2016). Veřejnost nás vnímá tak, jak chceme, aby nás vnímala. (2020)"**
2. **Máme každý rok vytvořený marketingový plán s cíli o naplněnosti akcí, který reflektuje výstupy z Programové konference 2015 a analýzy v rámci strategického plánování, a řídíme se jím. (prosinec 2016, 2017, 2018, 2019)**
 - a) Jasná prezentace klíčových aktivit na webu a dalších komunikačních kanálech, aby člověk viděl co všechno HB dělá a bylo to srozumitelné (Např. co jako prvoúčastník mohu zažít?).
 - b) Vytvořit marketingovou poradnu/podporu aktivit článků (provázanost na kapacitu zdrojů). Pravidelní PR partneři.

3.3.2 Speciální potřeby

1. know-how z marketingu a grafického designu
2. facilitace evaluace MKT plánu 2016 a pomoc s nastavením MKT plánu 2017, know-how z marketingu

3.3.3 Zdůvodnění cíle

1. Aktuálně nemáme jasně definovanou identitu, kterou chceme veřejnosti prezentovat. Zároveň dosavadní formy propagace byly roztříštěné a nekonceptní, a tak nebylo veřejnosti srozumitelné, co Hnutí Brontosaurus dělá a čím je.
2. Chceme mít větší naplněnost akcí a koncepčněji řešit propagaci napříč aktivitami HB.

3.3.4 Vazba cíle na strategické dokumenty

1. Branding (první aktivita) by měl přímo vycházet ze strategických dokumentů a od toho se budou odvíjet další aktivity.
2. Marketingový plán je v souladu se strategickými dokumenty.

3.3.5 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 – 2020

Komunikační a vizuální styl HB		
Akční plán 2016 - aktivity	Kdo	Kdy
vyjasnit si, jak chceme, aby nás veřejnost vnímala (branding)	Cody, Vojta, Lukáš	únor 2016
uživatelská analýza současného stavu vnímání veřejnosti	Vojta, Lukáš	březen 2016



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

první návrh komunikačního a vizuálního stylu	Vojta, Lukáš	květen 2016
připomínkování a finalizace komunikačního a vizuálního stylu	Lukáš, Vojta	červen-září 2016
testování komunikačního a vizuálního stylu, případná úprava	Lukáš, Vojta	říjen-listopad 2016
implementace komunikačního a vizuálního stylu do marketingového plánu na rok 2017	Vojta	prosinec 2016
Mezníky 2017 - 2020 -aktivity	Kdo	Kdy
evaluace realizace komunikačního a vizuálního stylu (dodržují se komunikační a vizuální pravidla)	Cody, Vojta, Lukáš	červen 2017
revize komunikačního a vizuálního stylu a implementace do marketingového plánu na rok 2018 (říkáme stále, to co chceme říkat, aktuální formou?)	Vojta, Lukáš	prosinec 2017
evaluace realizace komunikačního a vizuálního stylu (dodržují se komunikační a vizuální pravidla)	Cody, Vojta, Lukáš	červen 2018
revize komunikačního a vizuálního stylu a implementace do marketingového plánu na rok 2019 (říkáme stále, to co chceme říkat, aktuální formou?)	Vojta, Lukáš	prosinec 2018
evaluace realizace komunikačního a vizuálního stylu (dodržují se komunikační a vizuální pravidla)	Cody, Vojta, Lukáš	červen 2019
revize komunikačního a vizuálního stylu a implementace do marketingového plánu na rok 2020 (říkáme stále, to co chceme říkat, aktuální formou?)	Vojta, Lukáš	prosinec 2019
Marketingový plán		
Akční plán 2016 - aktivity	Kdo	Kdy
dokončení marketingového plánu (+ vizuálu) pro rok 2016	Vojtěch Janoušek	únor
příprava kampaně Prázdniny s Brontosauřem	Jana Kotlářová	únor, březen
realizace kampaně Prázdniny s Brontosauřem	Jana Kotlářová	duben-červenec
evaluace realizace marketingového plánu v Q1, Q2	Cody, Vojta	červen
příprava podzimních kampaní	Dominik Grohmann	srpen
evaluace kampaně Prázdniny s Brontosauřem	Cody, Vojta, Jana	září
realizace podzimních kampaní	Dominik, Vojta, Lukáš	září-prosinec
vyhodnocení 1. roku s marketingovým plánem na začátku listopadu 2016	Cody, Vojta	listopad 2016
tvorba marketingového plánu na rok 2017	Vojta, Lukáš	listopad-prosinec



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

Mezníky 2017 - 2020 -aktivity	Kdo	Kdy
vyhodnocení 2. roku s marketingovým plánem na začátku listopadu 2017	Cody, Vojta	listopad 2017
tvorba marketingového plánu na rok 2018	Vojta, Lukáš	listopad–prosinec
vyhodnocení 3. roku s marketingovým plánem na začátku listopadu 2018	Cody, Vojta	listopad 2018
tvorba marketingového plánu na rok 2019	Vojta, Lukáš	listopad–prosinec
vyhodnocení 4. roku s marketingovým plánem na začátku listopadu 2019	Cody, Vojta	listopad 2019
tvorba marketingového plánu na rok 2020 (snaží se pracovat se strategickým plánem 2020-2024)	Vojta, Lukáš	listopad–prosinec



3.4 Strategický cíl Finanční udržitelnost

3.4.1 Znění cíle

Hnutí Brontosaurus má rozrůzněné zdroje, které umožňují rozvíjet nezávislou činnost, jsou udržitelné a neohrožují finanční stabilitu.

3.4.2 Indikátory naplnění

- Stát Hnutí Brontosaurus stabilně podporuje, ale Hnutí Brontosaurus není na dotacích závislé.
- Zdroje umožňují fungování a rozvoj základních článků, regionálních center, klubů i kanceláře a realizaci klíčových akcí.

Termín naplnění: 2020

3.4.3 Speciální potřeby

Finanční zdroje, know-how, personální zabezpečení.

3.4.4 Zdůvodnění cíle

Posílení soběstačnosti a finanční stability je velmi prioritní pro zachování a rozvoj činnosti jak ústředí HB, tak ZČ, klubů a RC. Státní dotace jsou sice vítané a cílem je, aby stát stabilně a dlouhodobě podporoval činnost Hnutí Brontosaurus: práci s dětmi, neformální vzdělávání a práci s dobrovolníky, ale Hnutí Brontosaurus musí být na formě této podpory nezávislé.

Velmi důležité je také znát potřeby ZČ a RC, zajistit soběstačnost základních článků a regionálních center, jejich hospodaření a podporu základního fundraisingu na úrovni ZČ a RC.

Ústředí bude posilovat svůj servis směrem k ZČ a RC udržitelnou formou, což ale přináší finanční potřeby, které bude muset ústředí HB uspokojit díky rozvoji IF, FF a vlastních zdrojů.

3.4.5 Vazba cíle na strategické dokumenty (vize, poslání, programové cíle)

Strategický cíl Finanční zdroje a udržitelnost koresponduje s výstupy programové konference: ústředí bude nabízet větší servis pro ZČ a RC, který bude financovat výše uvedenou skladbou příjmů. Dále ústředí bude minimalizovat krytí svoji režijní činností z grantového fundraisingu a bude se snažit v maximální možné míře státní peníze rozdělit na činnost ZČ a RC.

Vize a poslání Hnutí Brontosaurus budou naplňovány díky rozvoji fundraisingu u ústředí HB a soběstačnosti a fundraisingu na úrovni ZČ a RC.



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

3.4.6 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 – 2020

Akční plán 2016 - aktivity	Kdo	Kdy
Analýza Fundraisingu na úrovni základních článků, regionálních center	Josef	března 16
Individuální fundraising (cíl 2016: 9% příjmů ústředí)		
Úvazek IF koordinátora 0,4	Josef	února 16
Sběr kontaktů od min. 2 článků	Monika	února 16
Kampaň dárky přírodě	Monika, Cody	březen, prosinec 16
Rozesílka, min. 2 články	Monika	duben, říjen 16
Crowdfunding Ukrajina	Monika, Kristi	dubna 16
Revize IF strategie, včetně implementace marketingového plánu	Monika, Josef	května 16
Zhodnocení IF a tvorba plánu na 2017	Josef	prosince 16
IF 2017 - 12% příjmů ústředí	Josef	prosince 17
IF 2018 - 15% příjmů ústředí	Josef	prosince 18
IF 2019 - 17% příjmů ústředí	Josef	prosince 19
IF 2020 - 20% příjmů ústředí	Josef	prosince 20
Firemní fundraising (cíl 2016: 2% příjmů ústředí)		
Vytvořit "pozici" FF: implementace marketingového plánu aj.	Monika, Josef, Cody	března 16
Tvorba etického kodexu pro FF, diskuze o mantinelech FF	Etická komise, VV, Josef	srpna 16
Zajistit finanční možnosti přijetí nového pracovníka na FF	Josef	srpna 16
Výběrové řízení FF	Josef, Monika, Cody	září 16
Navázání dlouhodobé spolupráce s min. 1 firmou	Firemní fundrieser, Josef	prosince 16
Zhodnocení FF a tvorba plánu na 2017	FF, Josef	prosince 16
FF 2017 - 3% příjmů ústředí	Josef	prosince 17
FF 2018 - 5% příjmů ústředí	Josef	prosince 18
FF 2019 - 7% příjmů ústředí	Josef	prosince 19
FF 2020 - 10% příjmů ústředí	Josef	prosince 20
Grantový fundraising (cíl 2016: 72% příjmů ústředí)		
Monitoring finančních zdrojů	Ještěr, Lenka	prosince 16
Informací o fundraisingu a soběstačnosti, diskuze se článkami	Lenka, Josef	března 16
Tvorba nabídky grantového servisu pro ZČ, RC	Josef, Lenka	srpna 16



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

Vzdělávání v oblasti fundraisingu a soběstačnosti	Josef, Lenka	prosinec 16
Metodická podpora základních článků v grantovém fundraisingu	Josef, Lenka	prosinec 16
Zhodnocení GF a tvorba plánu na 2017	Josef, Lenka	prosinec 16
GF 2017 - 67% příjmů ústředí	Josef	prosinec 17
GF 2018 - 62% příjmů ústředí	Josef	prosinec 18
GF 2019 - 57% příjmů ústředí	Josef	prosinec 19
GF 2020 - 50% příjmů ústředí	Josef	prosinec 20
Vlastní činnost (cíl 2016: 17% příjmů ústředí)		
Revize dlouhodobé smlouvy s P. Práglem, rozvoj Smrčnicku	Josef, Cody	července 16
Zhodnocení situace na trhu akcí pro SŠ	Vendy	srpna 16
Vytvořit koncept "akce na míru" - poptávkově tvořené akce	Vendy	září 16
Tvorba Fondu pro potřeby výpomoci s cash flow ZČ a RC	Josef	prosinec 16
Analýza nových forem získávání prostředků skrze vlastní činnost (nové nemovitosti...)	Josef	prosinec 16
Zhodnocení Vlastní činnosti a tvorba plánu na 2017	Josef	prosinec 16
VL 2017 - 18% příjmů ústředí	Josef	prosinec 17
VL 2018 - 18% příjmů ústředí	Josef	prosinec 18
VL 2019 - 19% příjmů ústředí	Josef	prosinec 19
VL 2020 - 20% příjmů ústředí	Josef	prosinec 20



3.5 Strategický cíl Středoškoláci

3.5.1 Znění cíle

HB systematicky pracuje se středoškoláky jako s jednou z cílových skupin.

3.5.2 Indikátory naplnění cíle

- Existuje komplexní strategie práce se středoškoláky v HB, která vychází z našich potřeb členy této věkové skupiny:
 - poznat (identifikace - viz know how níže),
 - mít na akcích (motivace a metodologie organizace),
 - udržet v HB (následná péče).

Ze vyhotovené strategie jasně vyplívá, co středoškolákům můžeme a chceme nabídnout.

- Navržené číselné ukazatele plnění cílů na jednotlivá období (2Q/2016)
- Jsou dlouhodobě alokované zdroje (finance, lidi) na práci se středoškoláky
- HB ví, jak využívat sociální sítě a jiné informační kanály, pro efektivní komunikaci s adolescenty a pracuje s nimi.
- Navržený systém je zaveden do praxe na všech úrovních HB. Práce se středoškoláky je systematická a počet účastníků ve věku do dvaceti let každým rokem stoupá. (v rámci číselných ukazatelů doplnit roční plánovaný přírůstek)

3.5.3 Speciální potřeby

Finanční zdroje:

- pro zajištění koordinace a rozvoje práce se středoškoláky
- pro akce pořádané výhradně pro tuto skupinu (přednášky, víkendovky, kurzy)

Know-how

- porozumění potřebám, motivům a zájmům mladých lidí
- jak využívat komunikační kanály, jak zaujmout a neodradit

Personální zabezpečení

- koordinace rozvoje
- motivovat organizátory k začlenění adolescentů do svých akcí



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

3.5.4 Zdůvodnění cíle

Mladí lidé, kteří se věkově řadí do skupiny adolescentů, a z hlediska vzdělávacího systému spadají do období střední školy, jsou pro Hnutí Brontosaurus jednou z klíčových cílových skupin. Vycházíme ze zkušenosti, že tito lidé jsou při úspěšném zapojení následně loajálnější vůči organizaci a je větší šance, že jejich působení bude trvalejšího charakteru.

Hnutí Brontosaurus může být pro tyto mladé lidi důležitým partnerem při tvorbě životních hodnot a jejich naplňování. Zároveň pro HB může být tato skupina studnicí nových impulzů a kreativních nápadů, díky čemuž se můžeme stát mladou a moderní organizací.

Z programové konference, která proběhla na VH HB 2015, vyšel závěr, že chceme Hnutí udržet pestré a různorodé, ale za směřování ke společnému sjednocujícímu cíli pod společnou a jednotnou značkou. Jedním z dílčích závěrů potom byl "Hlavní cílovou skupinou pro oslovování s nabídkou našich aktivit a další zapojování má být „TEENAGER“, začínající dobrovolník, středoškolák (který teprve hledá místo pro svou realizaci, vytváří si hodnotový žebříček atd.). K tomu je třeba nastavit odpovídající propagaci a komunikační strategii."

3.5.5 Vazba cíle na strategické dokumenty

Strategický cíl "Středoškoláci" navazuje zejména na programový cíl: "Vychovávat sebe i druhé prací, vlastním příkladem, hrou i bezprostředním kontaktem s přírodou k zodpovědnému přístupu k životu a planetě." Respektive počítá s jeho velkým naplněním právě při práci s touto věkovou skupinou, kde může být výchovný dopad značný.

Strategický cíl "Středoškoláci" navazuje na nenaplněné i naplněné cíle ze strategického plánu HB pro roky 2012 - 2015 a rozvíjí je. Zároveň je tento cíl úzce provázán s ostatními cíli tohoto strategického plánu.

Strategický cíl "Středoškoláci" rozvíjí závěry z programové konference VH HB 2015.

Výstupy aktivit budou zapracovány do příslušných metodických materiálů v návaznosti na celkový vzdělávací systém HB.

3.5.6 Akční/realizační plán 2016 a mezníky 2017 – 2020

Aktivity	Kdo	Kdy
Zjistit současné počty SŠ účastníků na akcích	Rostá	1Q/2016
Navrhnout procento nárůstu SŠ účastníku na akcích	VV	2Q/2016
Chceme je poznat: navrhnout dotazník pro současné SŠ účastníky	Inka	1Q/2016
Chceme je poznat: administrace a vyhodnocení dotazníků	Inka	2Q/2016
realizace minimálně 20 přednášek	Vendy	1Q a 2Q/2016
Příprava soutěže pro středoškolské třídy a přidružených aktivit	Vendy a Vojta	2Q/2016



Strategický plán Hnutí Brontosaurus 2016 - 2020

Realizace soutěže na SŠ	Vendy	3Q/2016
6 víkendovek a 10 jednodenních akcí zacílených na SŠ	Vendy	2Q/2016
Co nabízíme: definice produktu pro SŠ (současný/v budoucnu)	Cody	2Q/2016
Chceme si je udržet: Švára vymyslí koncepci péče o SŠ :)	Švára	3Q/2016
Chceme je na akce: propagace cílená na SŠ	Vojta	3Q/2016
6 víkendovek a 10 jednodenních akcí zacílených na SŠ	Vendy	3Q/2016
Zapojit nové komunikační kanály	Vojta	3Q/2016
Vytvoření textové podpory "Odchyt a chov středoškoláka v ZČ" - komiks	Švára	4Q/2016
Alokace prostředků na SŠ	Joška	4Q/2016
Mezníky 2017 - 2020 - aktivity	Kdo	Kdy
6 víkendovek a 10 jednodenních akcí zacílených na SŠ	Vendy	2Q/2017
Revize práce se středoškoláky v minulém školním roce	Vendy	2Q/2017



4. Řízení plánu, informace, kontakty

4.1 Revize a příprava akčních plánů

Strategický plán bude podléhat **každoročním revizím** na konci kalendářního roku. Doporučení: realizovat na podzimní Radě Hnutí Brontosaurus.

Za přípravu a svolání revizí odpovídá programový ředitel HB (Dalimil Toman, dalimil.toman@brontosaurus.cz).

V rámci těchto revizí bude vždy připraven **akční realizační plán na další kalendářní rok**.

4.2 Řízení naplňování cílů a akčních kroků

Za naplňování jednotlivých cílů a dílčích úkolů zodpovídají **garanti jednotlivých cílů**:

- VNITŘNÍ PODPORA – Michal Švarný, kicsi.svara@gmail.com
- PRODUKTY – Dalimil Toman, dalimil.toman@brontosaurus.cz
- MARKETING – Vojtěch Janoušek - me@vojtechjanousek.cz
- FINANČNÍ UDRŽITELNOST – Josef Dvořáček, finance@brontosaurus.cz
- STŘEDOŠKOLÁCI – Vendula Šolcová, programy@brontosaurus.cz

Čtvrtletně probíhají **setkání garantů jednotlivých cílů**, kde je průběžně hodnoceno naplňování cílů, nastalé překážky, aktuální potřeby, apod. Za svolání těchto setkání je zodpovědný programový ředitel HB.

4.1 Další informace

Strategický plán bude kompletně zveřejněn na webu **mozek.brontosaurus.cz** v sekci DOKUMENTY. Zde je také zveřejněna excelová verze akčních plánů s podrobnějšími poznámkami.

Aktuální informace k aktualizacím Strategického plánu budou zaslány na ZČ, RC a kluby Hnutí Brontosaurus a zveřejněny na webu **mozek.brontosaurus.cz**.



www.brontosaurus.cz

mozek.brontosaurus.cz

Neprošlo jazykovou ani stylistickou korekturou.

Na základě výstupů strategického plánování a podkladů od garantů jednotlivých cílů zpracoval Dalimil Toman, dalimil.toman@brontosaurus.cz.

Hnutí Brontosaurus, 2016