

1.

Javno naročilo

Izvedba zaključne konference Akademije Brez izgovora

Naročnik:	Mladinska zveza Brez izgovora Slovenija
Ime produkta/storitve:	Moderiranje dogodka Tehnična in logistična podpora dogodka (postavljanje opreme, prisotnost oseb na dogodku) Zagotavljanje standardov za preprečevanje širjenja epidemije SARS-CoV-2 na dogodku
Predvidena sredstva	2.000,00 eur
Začetek komuniciranja:	1. junij 2021
Kontakt:	akademija@noexcuse.si ali mia.zupancic@noexcuse.si
Faze: - Pošiljanje ponudb - Izbor izvajalcev	- od 1. junij 2021 - do 11. junij 2021

2. Mladinska zveza Brez izgovora Slovenija

Poslanstvo organizacije

Mladinska zveza Brez izgovora Slovenija je nacionalna mladinska organizacija v javnem interesu z unikatnim vrednotnim sistemom in lastnimi kompetenčnimi modeli za mlade, ki se celostno dopolnjujejo v »Metodi Brez izgovora«.

Brez izgovora Slovenija je platforma mladih s potencialom, ki želijo delati spremembe na področju zdravja in okolja. Organizacija razvija, prenaša in izvaja učinkovite programe namenjene zmanjševanju neenakosti v zdravju, povečanju zdravstvene in okoljske pismenosti ter spodbujanju aktivnega državljanstva za doseganje trajnostnega razvoja.

Mladinska zveza Brez izgovora Slovenija deluje v skladu s Cilji trajnostnega razvoja 2030 in se ne financira s strani gospodarskih družb.

Vizija organizacije

Biti glasnik trajnostnega razvoja med mladimi s poudarkom na zdravju in okolju.

Mladim v Sloveniji ponuditi uveljavljeno platformo za aktivacijo in razvoj lastnih potencialov.

Vrednote organizacije

- Ustvarjanje pozitivnih družbenih in okoljskih sprememb
- Kritično razmišljanje
- Pravičnost in zmanjševanje neenakosti
- Integriteta in transparentnost
- Delovanje v skladu z znanostjo
- Kvalitetno delo
- Pripadnost in skupno dobro
- Iskrenost in spoštovanje

Strateška področja delovanja organizacije

I. Učinkovito vodenje procesov organizacije

- a. Identifikacija demokratičnih procesov v organizaciji (npr. Skupščina, Upravni odbor, Nadzorni odbor, Odbori - pripadajoč odbor za vsak program), Vodenje lokalnih in vsebinskih enot, Strateški svet – glej Prilogo 7)
- b. Vodenje demokratičnih procesov v organizaciji
- c. Učinkovito vodenje pisarne (zaposlenih in prostovoljcev)
- d. Učinkovito notranje in zunanje komuniciranje

II. Vzpostavitev učinkovite platforme za razvoj potencialov mladih v organizaciji

(označeni z rdečo predstavljajo zunanjo, medtem ko neoznačeni notranjo ciljno javnost)

- a. Program za aktiviste (Aktivisti)
- b. Program za vodje (Vodje)
- c. Program za zagovornike (Zagovorniki)
- d. Program za izvajalce in iskalce zaposlitve (Akademija Brez izgovora)
- e. Program za trenerje (Bazen trenerjev BI)
- f. Program za mentorje (Mentorji)

III. Razvoj, prenos in izvajanje učinkovitih preventivnih programov v vzgojno-izobraževalnih ustanovah

- a. Vrstniški programi, namenjeni ozaveščanju
- b. Strokovni programi, namenjeni vplivanju na vedenja
- c. Programi za aktivacijo mladih (prehod mladih v okolje organizacije)

IV. Razvoj, prenos in izvajanje učinkovitih programov med organiziranimi mladimi

(v društvih študentov, mladinskih organizacijah, organizacijah za mlade)

- a. Programi za spodbujanje organizacijske spremembe v organizacijah
- b. Programi za aktivacijo mladih iz drugih organizacij v okolje BI

V. Razvoj, prenos in izvajanje učinkovitih programov med neorganiziranimi mladimi in njim pomembnimi deležniki

- a. Dopolnilni programi izven šolskega prostora
- b. Programi za mlade v času šolskih počitnic (Poletni tabori za mlade)
- c. Programi za aktivacijo mladih (prehod mladih v okolje organizacije)

VI. Identifikacija potreb in izvajanje raziskav za boljšo informiranost o stanju med mladimi in za izboljšanje politik

- a. Raziskave, namenjene identifikaciji stanja med mladimi
- b. Raziskave, namenjene zagovorništvu

VII. Zagovorništvo za doseganje Ciljev trajnostnega razvoja 2030

- a. Identifikacija ključnih zagovorniških ciljev, ki jih pokriva program BI
- b. Doseganje zagovorniških ciljev na področju zdravja
- c. Doseganje zagovorniških ciljev na področju okolja
- d. Doseganje zagovorniških ciljev na področju mladinskega dela

VIII. Mednarodno delovanje

- a. Uporaba mednarodnega prostora kot učnega prostora za mlade
- b. Vključevanje v aktivnosti mednarodnih mrež, katerih člani smo
- c. Razvoj lastne mreže organizacij (naproti No Excuse International)

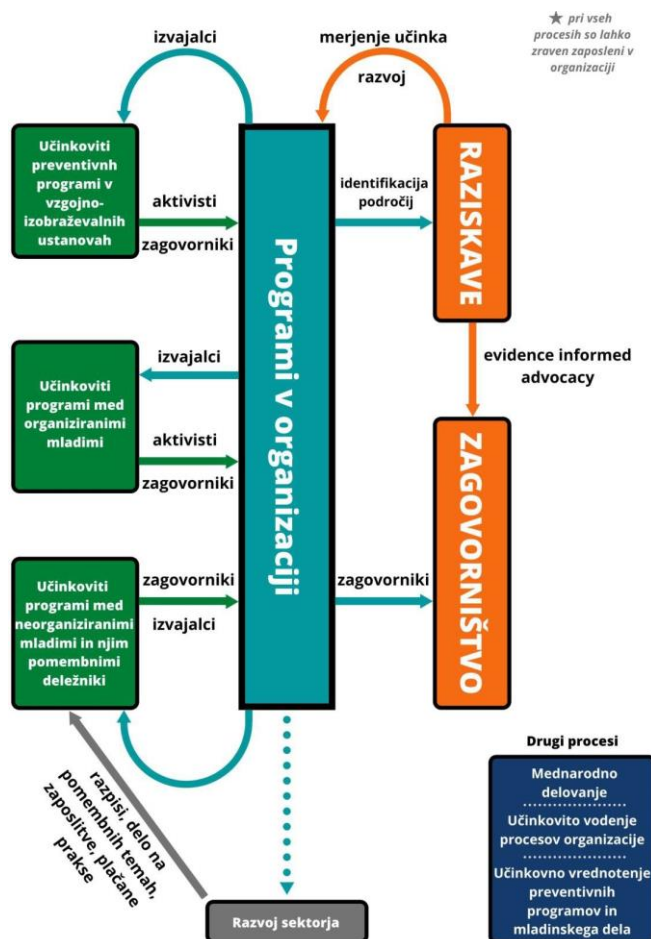
IX. Sektorski razvoj

- a. Identifikacija deležnikov sektorjev, v katerih smo (mladinski, javnozdravstveni, okoljevarstveni), ki jim naše delovanje predstavlja dodano vrednost
- b. Identifikacija meja sektorskega razvoja, ki ga še zmore Brez izgovora
- c. Povezovanje z drugimi organizacijami, ki sodelujejo pri sektorskem razvoju

X. Učinkovito vrednotenje in izboljšava procesov, ki jih pokriva organizacija

- a. Učinkovno vrednotenje programov organizacije
- b. Procesno vrednotenje programov organizacije
- c. Vzpostavitev smernic in izboljšanje procesov organizacije napodlagi vrednotenju

Spodnji diagram povezuje vseh deset strateških področij delovanja organizacije.



3. Namen komuniciranja

Prvi namen komuniciranja je vzpostavitev spletne strani akademija.noexcuse.si, drugi namen pa vzpostavitev tržno-komunikacijske kampanje Akademije Brez izgovora.

4. Tržna znamka

Program za izvajalce in iskalce zaposlitve - Akademija Brez izgovora.

5. Ciljne skupine

Ciljne skupine te tržno-komunikacijske kampanje in rebrandinga so:

1. Neposredna: mladi
 - a. 20 do 24 let
 - b. 24 do 29
2. Posredna: učitelji, pedagogi in svetovalni delavci
3. Zaledna (podporna): mediji, javne ustanove in splošna javnost

6. Mediji komuniciranja

- Obstoječa spletna stran www.noexcuse.si in www.brezizgovora.si (določiti najbolj primerno domeno za novo spletno stran) ter morebitne nove (www.akademija.si)
- Profili Brez izgovora Slovenija na družbenih omrežjih:
 - Obstoječi na FB, IG, TW in YT
 - Morebitni nova omrežja– TikTok, Snapchat?
 - Morebitni novi profili – Postani Akvist na FB?
- Prisotnost na šolah in na taborih v okviru obstoječih programov
- Drugo?

7. Ton komunikacije

Ton je dinamičen, pozitiven, nekonflikten in všečen tako neposrednim, kot posrednim in zalednim ciljnim skupinam.

8. Obvezni elementi na komunikacijah

Na vseh komunikacijah je obvezna uporaba logotipov Urada RS za mladino in logotipa Evropskega socialnega sklada.

9. Primeri dobrih praks

Kot primere dobrih praks predlagamo:

- Sustainable Development Goals: <https://sustainabledevelopment.un.org>
- Global Changemakers: <https://www.global-changemakers.net>
- Ashoka Changemakers: <https://www.ashoka.org/en/program/ashoka-changemakers>
- Young Leaders for Health: <https://www.youngleadersforhealth.org>
- Global Shapers Community: <https://www.globalshapers.org>