



Co-funded by
the European Union

SCALE  PCYCLING

КАК ДА ОРГАНИЗИРАМЕ И РАЗПРОСТРАНЯВАМЕ СЪБИТИЕ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ОСВЕДОМЕНОСТТА НА ОБЩНОСТТА

PR3: Изграждане на
общност чрез модули за
обучение по ъпсайклинг

Създаден от:



Проект №
2021-2-CY02-KA220-
YOU-000050282



Defoin



CTRIA



СЪДЪРЖАНИЕ

Речник на термините	2
Въведение	3
Събития за повишаване на осведомеността	4
Поставяне на цели и планиране	6
Вид и място на събитието	10
Бюджет и доброволчество	13
Домакини, партньори и спонсорство	15
Резюме	19
Източници	19
Допълнителни материали	20

Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче принадлежат изцяло на техните автори и не отразяват непременно възгледите и мненията на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA). За тях не носи отговорност нито Европейският съюз, нито EACEA.

РЕЧНИК НА ТЕРМИНИТЕ

Събития за повишаване на осведомеността	Събитията имат за цел да информират, образоват и ангажират общността по различни теми, като например здраве, социални въпроси или екологична устойчивост.
Подкрепа в натура	Подкрепа, предоставена от спонсори под формата на стоки или услуги, като например печатни услуги или място за провеждане на събитието.
Инструмент за инициативи	Инструмент, използван за създаване на планове за събития за ъпсайклинг, както е споменато в раздела за практически упражнения.
КПИ	означава ключов показател за ефективност. В контекста на организирането на събития ключовите показатели за ефективност (КПИ) са специфични показатели, използвани за измерване на ефективността и успеха на различни аспекти от процеса на планиране и провеждане на събитието. Тези ключови показатели за ефективност помагат на организаторите на събития да оценят своята ефективност, да вземат решения, основани на данни, и да определят областите за подобрене.
Логистика	Подробното координиране и организиране на различни аспекти на дадено събитие, като например транспорт, оборудване и планиране.
Медиен кит	Колекция от рекламни материали, информация и ресурси, предоставени на медиите за отразяване на дадено събитие.
SMART Цели	Акроним за конкретни, измерими, постижими, релевантни и обвързани със срокове цели, които са от решаващо значение за ефективното планиране на събития.
Заинтересована страна	Всяко лице или група, които имат интерес или са загрижени за успеха на събитието, включително спонсори, партньори и членове на общността.

ВЪВЕДЕНИЕ

Добре дошли в седмия модул на европейския проект "ScaleUpcycling"!



Този модул има за цел да изясни значението на организирането на събития за повишаване на осведомеността на общността. Ще научите как да поставяте цели и да планирате събития, както и колко важни са видът и мястото на събитията. Разглеждат се и важни аспекти като бюджет и доброволчество, партньори, спонсорство, реклама и маркетинг.

Опитахме се да изясним всички опасности, които крие неправилното планиране, изборът на място или недостатъчният бюджет за успеха на едно събитие, и как това може да бъде избегнато. Не на последно място, подчертахме значението на доброволчеството за осъществяването на гадена кауза.

Да започваме!

1. СЪБИТИЯ ЗА ПОВИШАВАНЕ ОСВЕДОМЕНОСТТА



Събитията за повишаване на осведомеността са важни за местните общности по няколко причини:

- Информирание на общността: Тези събития предоставят ценна информация на членовете на общността. Независимо дали става въпрос за здравни проблеми, социални услуги или граждански права, събитията за повишаване на осведомеността образоват хората, като им дават възможност да вземат информирани решения.
- Изграждане на усещане за общност: Когато хората се събират в името на обща кауза, това засилва чувството за принадлежност и общност. Това може да укрепи социалната тъкан на общността, създавайки връзки между жителите.
- Насърчаване на положителната промяна: Събитията за повишаване на осведомеността често подчертават проблеми в общността, които трябва да бъдат решени. Като изваждат тези проблеми наяве, общностите могат да работят заедно за намиране на решения и извършване на положителни промени.
- Насърчаване на местните ресурси: Общностите обикновено разполагат с различни ресурси, за които хората може да не знаят. Събитията за повишаване на осведомеността могат да подчертаят тези ресурси, като гарантират, че членовете на общността знаят къде да се обърнат за помощ и подкрепа.
- Овластяване на индивидите: Когато хората са информирани, те се чувстват овластени. Това овластяване може да доведе до активно участие в обществените дела, доброволческа дейност и дори политическо участие.

- Набиране на средства и подкрепа: Събитията за повишаване на осведомеността могат да служат и като платформи за набиране на средства за обществени проекти или благотворителни каузи. Те могат да привлекат дарения и подкрепа както от общността, така и извън нея.
- Насърчаване на здравето и благосъстоянието: Много събития за повишаване на осведомеността се фокусират върху здравни проблеми. Като информират хората за здравословния начин на живот, превантивните мерки и здравните услуги, тези събития допринасят за цялостното благосъстояние на общността.
- Насърчаване на диалога: Събитията за повишаване на осведомеността често насърчават открити дискусии. Диалозите могат да доведат до по-добро разбиране на различните гледни точки в общността, което е от съществено значение за хармонията и сътрудничеството.
- Подготвеност при кризи: Събитията за повишаване на осведомеността могат също така да подготвят общностите за извънредни ситуации. Независимо дали става въпрос за природни бедствия или здравни кризи, информираността и подготвеността могат да сведат до минимум щетите и да спасят човешки живот.
- Културен обмен: В общностите с културно многообразие събитията за повишаване на осведомеността могат да насърчат разбирането и оценяването на различните култури, да насърчат толерантността и да намалят конфликтите.

В обобщение, събитията за повишаване на осведомеността играят жизненоважна роля за информирането, овластяването и обединяването на местните общности. Те улесняват положителната промяна, насърчават благосъстоянието и създават чувство за принадлежност сред членовете на общността.

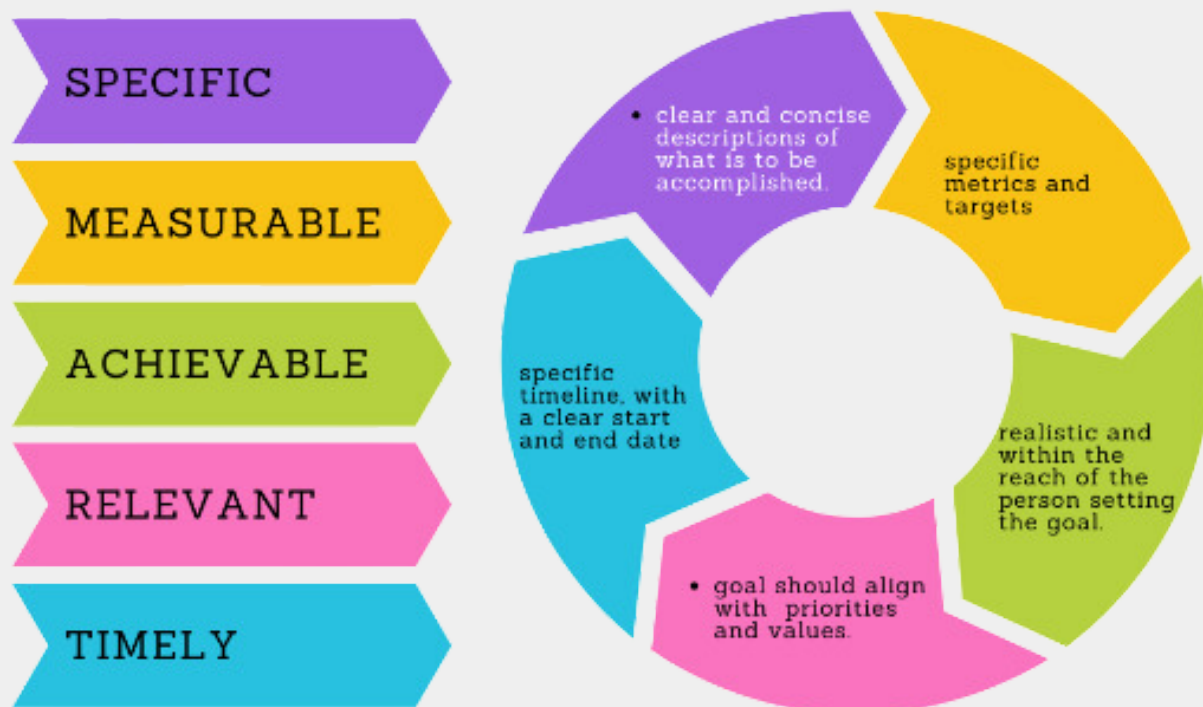
2. ПОСТАВЯНЕ НА ЦЕЛИ И ПЛАНИРАНЕ



Поставянето на SMART цели е от решаващо значение за планирането на успешно събитие за повишаване на осведомеността. SMART е съкращение от Specific (специфичен), Measurable (измерим), Achievable (постижим), Relevant (уместен) и Time-bound (обвързан със срок). Ето как можете да приложите тази рамка при планирането на събитие за повишаване на осведомеността:

- **Специфични:** Ясно определете какво искате да постигнете със събитието си за повишаване на осведомеността. Задайте си въпроси като: Каква е основната цел на събитието? Коя е целевата ви аудитория? Какъв вид осведоменост искате да повишите? Колкото по-конкретни сте, толкова по-добре можете да планирате събитието си.
- **Измерими:** Определете конкретни критерии за измерване на напредъка. Как ще се определи сумата на събраните пари, процентът на ангажираната публика или друг измерим показател. Измеримите цели осигуряват начин за проследяване на напредъка ви и оценка на въздействието на събитието ви.
- **Постижими:** Уверете се, че целите ви са реалистични и постижими. Вземете предвид ресурсите, с които разполагате, като бюджет, работна ръка и време. Поставянето на твърде амбициозни цели, които не са по силите ви, може да доведе до разочарование и неудовлетвореност. Преценете какво можете разумно да постигнете с наличните ресурси.
- **Уместни:** Уверете се, че целите ви са в съответствие с целта на вашето събитие за повишаване на осведомеността. Те трябва да са релевантни на каузата или проблема, с който се занимавате. Помислете как постигането на тези цели ще допринесе за цялостната мисия на събитието и за информираността, която искате да повишите. Уместността поддържа усилията ви фокусирани и смислени.
- **Обвързани със срокове:** Определете конкретен срок за постигане на целите си. Крайните срокове създават усещане за неотложност и ви помагат да се придържате към плана. Определете кога ще се проведе събитието и поставете основни етапи, водещи до датата на събитието. Наличието на времева рамка ще ви помогне да разпределите ефективно задачите и ресурсите.

SMART objectives



Ето един пример за SMART цел за събитие за повишаване на осведомеността:

- Специфично: Повишаване на осведомеността относно практиките за рециклиране и тяхното въздействие върху околната среда сред 500 участници от местните общности.
- Измеримо: Привличане на поне 500 участници в събитието за повишаване на осведомеността за рециклирането, измерено чрез данните от регистрацията и записите за присъствие.
- Постижимо: Използване на кампании в социалните медии, местни читалища и училища за достигане до целевата аудитория. Сътрудничество с експерти по рециклиране и екологични организации за подкрепа и експертиза.
- Уместно: Осведомеността за ъпсайклинг е в съответствие с целите за устойчивост на околната среда и насърчава екологосъобразните практики, което я прави релевантна на интересите и проблемите на местната общност.
- Обвързано със срок: Организирайте събитието за повишаване на осведомеността за рециклирането в Деня на Земята, 22 април, което дава възможност за целенасочено планиране, популяризиране и изпълнение.

Планирането на събития включва няколко основни стъпки, които гарантират успешното и добре проведено събитие. Ето кои са основните стъпки при планирането на събития:

Поставяне на цели и планиране:

- Определяне на целите: Ясно очертайте целта, задачите и желаните резултати на събитието.
- Създайте план: Разработете подробен план на събитието, включително бюджет, график и логистика.
- Проучване и стратегия: Разберете аудиторията и конкурентите си, като формулирате маркетингова и рекламна стратегия.

Вид и местоположение на събитието:

- Изберете тип събитие: Определете вида на събитието (семинар, конференция, набиране на средства) въз основа на целите и аудиторията.
- Изберете място на провеждане: Изберете подходящо място, като вземете предвид размера на събитието, темата и достъпността за участниците.
- Логистични мерки: Планирайте оформлението, оборудването и други логистични мерки в зависимост от вида на събитието и изискванията за мястото.

Бюджет и доброволчество:

- Изготвяне на бюджет: Определете разходите, разпределете средствата и балансирайте бюджета. Разгледайте възможностите за намаляване на разходите и преговаряйте с доставчиците.
- Използване на доброволци: Определете задачите, подходящи за доброволци, наберете и осигурете обучение. Доброволците помагат да се сведат до минимум разходите и да се повиши ангажираността на общността.

Домакини, партньори и спонсорство:

- Идентифициране на домакините: Определете домакини на събитието или лектори, които отговарят на темата и аудиторията на събитието.
- Партньорства: Сътрудничество с организации на общността или местни предприятия за увеличаване на ресурсите и обхвата.
- Привличане на спонсори: Потърсете спонсори, за да си осигурите финансова подкрепа и подкрепа в натура. Спонсорите увеличават бюджета и доверието в събитието.

Реклама и маркетинг:

- Разработване на маркетингови материали: Създавайте визуално привлекателно съдържание, включително плакати, листовки и цифрови графики.
- Онлайн промоция: Използвайте социалните медии, имейл маркетинга и платформите за обявяване на събития, за да достигнете до по-широка аудитория.
- Ангажиране на медиите: Обърнете се към местни медии, блогъри и влиятелни личности за отразяване и популяризиране на събитието.

Изпълнение на събитието:

- Уверете се, че всички елементи са въведени в съответствие с графика и плана.
- Разполагайте с екип, отговорен за управлението на различните аспекти на събитието, включително съдействие на гостите, техническа поддръжка и отстраняване на проблеми.

Събиране на отзиви и последващи действия:

- Съберете обратна информация от посетителите, спонсорите и участниците, за да оцените успеха на събитието.
- Изпратете благодарствени писма до спонсори, доставчици, лектори и доброволци.
- Използвайте обратната връзка, за да анализирате какво е работило добре и кои са областите за подобрене за бъдещи събития.

Оценяване и анализиране:

- Преглед на успеха на събитието спрямо предварително определените цели.
- Анализирайте посещаемостта, ангажираността на участниците, обратната връзка и всички други подходящи показатели.
- Документирайте научените уроци за подобряване на бъдещи събития.

Като следват тези стъпки, организаторите на събития могат да осигурят гладко и успешно събитие от началото до края.

Гледайте видеото, за да чуете кои са стъпките към перфектното събитие според Крис Пауъл - директор на The Event Expert Ltd., с над 20-годишен опит в организирането на събития.



3. ВИД И МЯСТО НА СЪБИТИЕТО



Събитията за повишаване на осведомеността могат да имат различни форми, съобразени с конкретната кауза, аудитория и цели. Изборът на вида на събитието за повишаване на осведомеността зависи от естеството на каузата, целевата аудитория, наличните ресурси и желаното въздействие. Комбинирането на различни видове събития или използването на разнообразни подходи може да повиши ефективността на усилията за повишаване на осведомеността. Ето различните видове събития за повишаване на осведомеността и как видовете събития и целите им могат да послужат при избора на подходящо място за провеждане на събитието:

Работни срещи и семинари

- Тип събитие: Тези събития са образователни и интерактивни и изискват пространство за презентации и групови дискусии.
- Идеално местоположение: Обърнете внимание на местата със заседателни зали, класни стаи или конферентни центрове. Тези места трябва да осигуряват аудио-визуално оборудване, удобни места за сядане и среда, благоприятстваща обучението и дискусии.

Конференции и срещи на върха

По-големи събития събират професионалисти, активисти и експерти, за да обсъдят ключови въпроси, да споделят изследвания и да си сътрудничат за намиране на решения. Конференциите предоставят платформа за създаване на мрежи и обмен на знания.

- Тип събитие: Широкомащабни събирания с множество сесии, основни говорители и възможности за работа в мрежа.
- Идеално местоположение: Конферентни центрове, зали за конференции или хотели с просторни аудитории и зали за почивка. Тези места трябва да побират стотици участници, да предлагат технически съоръжения и да разполагат с достатъчно пространство за работа в мрежа.

Разходки, бягания или обиколки

Участниците се занимават с физически дейности, като разходки, бягане или каране на велосипед, за да повишат осведомеността и средствата за дадена кауза. Тези събития често се организират за набиране на средства за свързани с тях благотворителни организации.

- Тип събитие: Физически дейности за популяризиране на дадена кауза, често провеждани на открито.
- Идеално местоположение: Паркове, площади или пространства за събития. Обмислете места с живописни маршрути и достатъчно пространство за участниците. Може да се изискват разрешения за обществени пространства.

Изложби и представления

Артистичните събития, включително изложби, театрални представления, поетични сбирки и концерти, могат да се използват за творческо разглеждане на социални проблеми. Художниците често използват творбите си, за да повишат осведомеността и да провокират дискусии.

- Тип събитие: Художествени експозиции, изложби, театрални представления и концерти.
- Идеално местоположение: Художествени галерии, театри, концертни зали или открити пространства за художествени инсталации. Местата трябва да допълват артистичната тема и да осигуряват необходимата постановка и осветление.



Общински панаири и фестивали

Общностни събития с информационни щандове, семинари, демонстрации на живо и забавления. Панаирите и фестивалите създават празнична атмосфера, привличат разнообразна аудитория и предоставят възможности за ангажиране.

- Тип събитие: Интерактивни събития с информационни щандове, семинари и забавления.
- Идеално местоположение: Обществени паркове, панаирни палати или обществени центрове. Тези места предлагат достатъчно пространство за щандове, сцени и дейности за посетителите. Достъпността и възможностите за паркиране са важни.

Срещи в кметството и обществени форуми

Публични срещи, на които членовете на общността обсъждат конкретни въпроси с експерти, създатели на политики и заинтересовани страни. Тези събития улесняват открития диалог и предоставят платформа за изслушване на гласовете на общността.

- Тип събитие: Публични дискусии с членове на общността, експерти и политици.
- Идеално местоположение: Кметства, обществени центрове или правителствени сгради. Тези места трябва да са лесно достъпни за обществеността и да предлагат условия за презентации и взаимодействие с публиката.

Акции в социалните медии и кампании с хаштагове

Онлайн инициативи, използващи платформите на социалните медии за насърчаване на участието на потребителите. Предиизвикателствата и кампаниите с хаштагове стават вирусни, като бързо разпространяват информация сред широка аудитория.



- Тип събитие: Онлайн дейности, насърчаващи участието на потребителите.
- Идеално местоположение: Различни платформи за социални медии и уебсайтове за онлайн участие. Физическото местоположение не е приложимо за тези събития.

Флашмобове и публични демонстрации

Творчески и неочаквани публични прояви, като флашмоб или уличен театър, за привличане на вниманието и предаване на послания по запомнящ се начин.

- Тип събитие: Творчески и неочаквани публични прояви.
- Идеално местоположение: Натоварени обществени зони, търговски центрове или емблематични забележителности. Тези събития целят голяма видимост и често изискват разрешения за публични демонстрации.

При избора на място за провеждане на събитието винаги вземайте предвид фактори като достъпност, капацитет, технически изисквания, бюджетни ограничения и необходими разрешителни. Мястото трябва да съответства на типа на събитието, да подбира очаквания брой участници и да подобрява цялостното изживяване на участниците, като гарантира, че целите на събитието са постигнати ефективно.

4. БЮДЖЕТ И ДОБРОВОЛЧЕСТВО



Създаването на реалистичен бюджет за събитието включва определяне на основните разходи и източници на приходи. Ето едно кратко ръководство:

Определяне на събитието

- Определете вида и целите на събитието (информираност, набиране на средства и др.).
- Разберете обхвата, за да определите конкретните изисквания.

Списък на разходите

- Място на провеждане: Наем, разрешителни, застраховка.
- Оборудване: Аудио-визуално оборудване, техническа поддръжка.
- Маркетинг: Онлайн/офлайн промоции, печатни материали.
- Оратори/изпълнители: Хонорари, пътуване, настаняване.
- Кетъринг: Храна, напитки, специални диетични нужди.
- Персонал: Заплати за наетия персонал или стипендии за доброволци.
- Транспорт: Шатъли, транспорт на оборудване.
- Отпечатване: Програми, табелки с имена, плакати.
- Сигурност: Персонал, услуги за първа помощ.

Проучване и водене на преговори

- Получаване на оферти от доставчици и водене на преговори за отстъпки.
- Балансирайте разходите с наличните средства.

Бюджетна таблица

- Използвайте софтуер за електронни таблици.
- Категоризирайте разходите и избройте конкретни елементи и разходи.
- Включете количества, ако е приложимо.

Проследяване на източниците на приходи

- Продажба на билети, дарения, спонсорство, партньорства.
- Водете регистър на всички източници на приходи.

Баланс и ревизия

- Уверете се, че разходите не превишават приходите.
- Редовно преглеждайте и коригирайте бюджета, ако е необходимо.

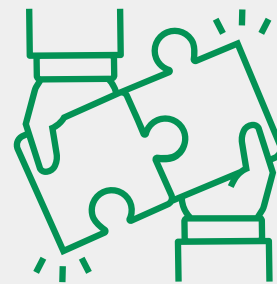
Документирайте Всичко

- Поддържайте подробна документация за разходите, плащанията и източниците на приходи.

Следвайки тези стъпки, можете да създадете кратък и ефективен бюджет на събитието, който да гарантира внимателно финансово планиране и успешно управление на събитието.



5. ДОМАКИНИ, ПАРТНЬОРИ И СПОНСОРСТВО



Привличането на партньори и спонсори за дадено събитие е от решаващо значение по няколко причини:

- **Финансова подкрепа:** Партньорите и спонсорите осигуряват финансова подкрепа, като помагат за покриване на разходите за събитието, като например наем на място, оборудване, маркетинг и др. Тази финансова подкрепа често е от съществено значение, особено за по-големи събития.
- **Разширени ресурси:** Спонсорите могат да предложат ресурси като кетъринг, рекламни материали или техническо оборудване. Това намалява разходите и гарантира висококачествени услуги за събитието.
- **Повишаване на доверието:** Партньорството с авторитетни организации повишава авторитета на събитието. Участниците са по-склонни да се доверят и да участват в събитие, свързано с добре познати спонсори.
- **Разширен обхват:** Спонсорите често разполагат с широки мрежи и маркетингови възможности. Те могат да популяризират събитието сред по-широка аудитория, привличайки повече посетители и участници.
- **Възможности за работа в мрежа:** Партньорствата предоставят възможности за работа в мрежа с други организации и спонсори. Изграждането на професионални взаимоотношения може да доведе до бъдещи сътрудничества и подкрепа.
- **Видимост на марката:** Логата и търговските марки на спонсорите, показани на събитието, увеличават тяхната видимост. Тази видимост е от полза за спонсорите, особено ако тяхната целева аудитория съвпада с участниците в събитието.
- **Подкрепа в натура:** Спонсорите могат да предложат стоки или услуги в натура, като например печатни услуги или място за провеждане на събитието. Тази подкрепа пряко намалява разходите и допринася за успеха на събитието.
- **Ангажираност на общността:** Спонсорите често имат инициативи за ангажиране на общността. Партньорството с тях може да доведе до значими взаимодействия с общността и да окаже положително въздействие и след събитието.

В обобщение, привличането на партньори и спонсори не само осигурява финансова и логистична подкрепа, но и повишава авторитета, обхвата и цялостния успех на събитието.

РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ НА СЪБИТИЕ

Определянето на целевите групи и подходящите комуникационни канали е от съществено значение за ефективно популяризиране на събитията. Ето някои примери за целеви групи и подходящи комуникационни канали:

- Жители на общността: Местни читалища, плакати в местните предприятия, бюлетини на общността и групи в социалните медии в квартала.
- Ученици и млади хора: Бюлетини на университети или колежи, събития в кампуса, платформи в социалните медии (Instagram, Snapchat, Facebook) и студентски организации.
- Професионалисти и предприемачи: LinkedIn, събития за създаване на професионални мрежи, форуми, посветени на конкретната индустрия, и бизнес конференции.
- Семейства и деца: Училища и детски градини, родителски форуми, семейно ориентирани събития, местни паркове и обществени центрове.
- Организации с нестопанска цел и доброволци: Уебсайтове за доброволци (VolunteerMatch, Idealist), събития за създаване на мрежи от организации с нестопанска цел, бюлетини на сродни организации и групи в социалните медии, посветени на доброволчеството.
- Корпорации и предприятия: Корпоративни събития за работа в мрежа, бизнес камари, уебсайтове за работа в мрежа B2B, конференции, посветени на конкретната индустрия, и бизнес списания.
- Здравни и уелнес ентусиасти: Фитнес центрове, форуми и блогове, свързани със здравето, уелнес събития и платформи в социалните медии (особено Pinterest и Instagram за визуално съдържание).
- Ентусиасти в областта на културата и изкуството: Художествени галерии, културни събития, театрални представления, местни музеи, форуми за изкуство и платформи за социални медии (особено Instagram и Twitter за визуални изкуства).

Идентифициране на каналите за комуникация

- Изследвания: Разберете къде вашата целева група прекарва времето си онлайн и офлайн. Проведете анкети или проучете предпочитанията им.
- Социални медии: Използвайте популярни сред целевата група платформи. Фейсбук, Инстаграм, Твитър и LinkedIn са универсални възможности.
- Обществени центрове: Идеални за достигане до местните жители. Тук могат да се популяризират плакати, листовки и обществени събития.
- Специфични уебсайтове: Разгледайте специфични за индустрията форуми, директории за събития и платформи за доброволци, свързани с вашата целева група.
- Сътрудничества: Сътрудничество с влиятелни личности, местни предприятия или лидери на общността, които имат значителен брой последователи сред вашата целева група.

РЕЗЮМЕ

Процесът на управление на събития може да бъде разделен на три фази: подготовка, изпълнение и последващи действия.

Ето основните стъпки за оценка на това дали целите на събитието са постигнати, опростени:

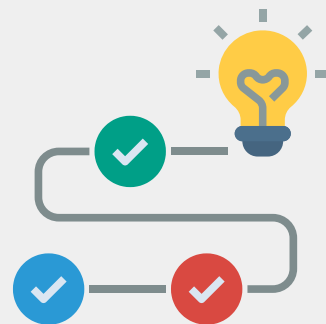
1. Определете ясни цели и ключови показатели за ефективност:
 - Поставете конкретни, измерими и обвързани със срокове цели на събитието.
 - Определете ясни ключови показатели за изпълнение (KPI) за всяка цел.
2. Събирайте данни и обратна връзка:
 - Събирайте данни в реално време по време на събитието чрез анкети, взаимодействия и социални медии.
 - Разпространете анкети след събитието и анализирайте обратната връзка от участниците, спонсорите и партньорите.
3. Анализирайте и сравнявайте:
 - Сравнете данните и обратната връзка след събитието с базовите стойности и целите преди събитието.
 - Създайте изчерпателен доклад след събитието, в който се подчертават постиженията, областите за подобрене и научените уроци.

Събитията служат като мощни платформи за обучение, ангажираност и вдъхновение. Те събират хора с общи интереси, като предоставят възможност да се учат от експерти, да участват в практически дейности и да изследват иновативни идеи. Събитията създават усещане за общност, като насърчават създаването на мрежи и обмена на идеи. Освен това те показват реални примери за успех, като вдъхновяват участниците да възприемат нови практики и перспективи. Събитията привличат и вниманието на медиите, което засилва тяхното въздействие и достига до по-широка аудитория. Като създават завладяващи и интерактивни преживявания, събитията ефективно повишават осведомеността, стимулират положителната промяна и дават възможност на хората и общностите да възприемат нови концепции, като например ъпсайклинг, и да допринасят за по-устойчиво бъдеще.

Изгледайте видеото, за да разберете кои са типичните грешки при организиране на събитие.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Надяваме се, че с този модул ще разберете как да организирате събитие, което наистина да ангажира вашата общност.

Трябва да знаете колко е важно планирането, за да можете да организирате успешни събития. Не забравяйте, че има много стратегии и ще трябва да намерите тази, която най-добре отговаря на вас, на вашите нужди нуждите на вашата общност и на целта на вашето събитие.

Надяваме се, че след този модул ще имате необходимите знания, за да организирате събитие за ъпсайклинг, чрез което да можете да повлияете и дори да промените поведението и нагласите на други хора към повече идеи за ъпсайклинг в ежедневието ни у дома, в училище или на работа.

С този модул приключваме курса на този проект, но не забравяйте, че все още имате на разположение платформата, за да продължите да споделяте материали.



ИЗТОЧНИЦИ

Challenges and opportunities for scaling up upcycling businesses – The case of textile and wood upcycling businesses in the UK

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921344919303349>

Community Awareness & Education Activities Programs

<https://projecthelpnaples.org/community-awareness-education-activities-programs/>

Covalo Team. (2023). The Upcycling Campaign by Covalo: Exploring Uncharted Territory

<https://blog.covalo.com/personal-care/the-upcycling-campaign-by-covalo-exploring-uncharted-territory>

Expertise on Display: Community Events That Boost Brand Awareness and Credibility

<https://trust.bizjournals.com/blog/put-your-expertise-on-display-community-events-that-boost-brand-awareness>

Green Campaign of The Gili Eco Trust in Forming Public Awareness about The Environment to Realize Gili Trawangan Zero Waste

[https://www.e3s-](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2023/81/e3sconf_iconard2023_03022/e3sconf_iconard2023_03022.html)

[conferences.org/articles/e3sconf/abs/2023/81/e3sconf_iconard2023_03022/e3sconf_iconard2023_03022.html](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2023/81/e3sconf_iconard2023_03022/e3sconf_iconard2023_03022.html)

Karduss A., Honig J., Burklund J.t , Shanahan L. , Rossi M.. (2017). Raising Awareness of the Internet of Green Things

<https://core.ac.uk/download/pdf/212988377.pdf>

Kotlarska K. (2023). 5 innovative ways you can create positive social change in your community

<https://sewfonline.com/5-innovative-ways-you-can-create-positive-social-change-in-your-community-with-download-and-useful-links/>

Marketing and Social Media, 5 Steps to Increase Community Awareness for Your Nonprofit

<https://www.qgiv.com/blog/community-awareness/>

Smart goals infographic: <https://fmcoaching.es/leadership/smart-goals/>

The Indeed Editorial Team, (2022) How To Plan an Event in 10 Steps (With Tips)

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/plan-event-10-steps>

The Ultimate Guide To S.M.A.R.T. Goals

<https://www.forbes.com/advisor/business/smart-goals/>

The Different Types of Events That You Can Organise

<https://www.ticketsource.co.uk/blog/types-of-events>

ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

Име на събитието: Панаир на екозанаятите: Ъпсайклинг за устойчиво бъдеще

Преглед на събитието: Панаирът на екозанаятите е събитие на общността, посветено на популяризирането на екологични практики и творчество. Един от основните акценти на панаира е Работилницата за ъпсайклинг, в която участниците се насърчават да превърнат стари и неизползвани предмети в нови, функционални и артистични творения.

График на събитията:

10:00 - 10:30 ч: Регистрация и посрещане Участниците пристигат, регистрират се и получават комплект за посрещане, съдържащ информация за ъпсайклинг, ръководства "Направи си сам" и чанта за многократна употреба, изработена от ъпсайклинг материали.

10:30 - 11:00 ч: Гост-лектор, експерт в областта на ъпсайклинг, изнася лекция за значението му и ползите от него за околната среда и представя вдъхновяващи примери за проекти от цял свят.

11:00 - 13:00 ч: Участниците се включват в практически работилници, водени от местни занаятчии и ентузиасты в областта на ъпсайклинг. На работните места се поставят различни материали, като стари грехи, стъклени бутилки, картон и счупени мебели. Участниците се научават да създават предмети като чанти за пазаруване от стари тениски, вази за цветя от стъклени бутилки и рафтове от дървени палети.

13:00 - 14:00 ч: Модно ревю и обедна почивка Местни дизайнери представят своите модни творения, изработени от изхвърлен текстил и грехи. Участниците се наслаждават на устойчив обяд, приготвен от продукти с местен произход, сервиран в компостируеми чинии и прибори.

14:00 - 15:30 ч: Състезание по ъпсайклинг. Участниците представят своите ъпсайклинг творения. Жури от съдии оценява проектите въз основа на креативност, функционалност и използване на ъпсайклинг материали. Победителите получават награди и признание за иновативните си усилия.

15:30 - 16:00 ч: Панел за устойчивост. Панел от експерти по околната среда, дизайнери и ентузиасты в областта на ъпсайклинг обсъждат ролята му в изграждането на по-устойчиво бъдеще. Присъстващите могат да задават въпроси и да участват в разговора.

16:00 - 17:00 ч: Местни занаятчии и ентузиасты, които се занимават с рециклиране, издигат сергии, на които продават своите рециклирани продукти - от предмети за декорация на дома до модни аксесоари. Участниците могат да пазаруват уникални, екологични продукти и да подкрепят местните занаятчии.

17:00 - 17:30 ч: Организаторите на събитието благодарят на участниците, спонсорите и доброволците за техния принос. Участниците получават сертификати за участие и отново се обявяват победителите в състезанието по ъпсайклинг. Събитието завършва с обещание за продължаване на практикуването на ъпсайклинг и насърчаване на устойчивостта в общността.

Това събитие не само повишава осведомеността за ъпсайклинг, но и дава възможност на хората да оказват положително въздействие върху околната среда чрез творчески и практични средства.

БЪДЕЩЕТО НЕ СЕ
НАСЛЕДЯВА, А СЕ
ИЗГРАЖДА. ДА
СЪЗДАДЕМ
УСТОЙЧИВ СВЯТ
ЗА БЪДЕЩИТЕ
ПОКОЛЕНИЯ



Visit us in:

<https://www.scaleupcycling.eu/>

Последвайте ни:



SCALEUPCYCLING



Defoin



>|CTRIA

