

Dobry projekt – czyli jaki?

PLANOWANIE
PROJEKTÓW
MIĘDZYNARODOWYCH

Poradnik dla
wnioskodawców
programu
Kreatywna Europa
2021–2027



SPIS TREŚCI

- 3 Cel publikacji i jej odbiorcy
- 4 Wstęp – od pomysłu do partnerstwa
- 5 Zaczynij od partnerów, nie od projektu
- 7 Od wspólnego pomysłu do analizy potrzeb
- 11 Różnice kulturowe jako wartość projektu
- 14 Podsumowanie – od partnerstwa do skutecznego projektu

CEL PUBLIKACJI I JEJ ODBIORCY

Publikacja została przygotowana z myślą o osobach, które rozpoczynają swoją przygodę z realizacją projektów międzynarodowych lub mają w tym zakresie niewielkie doświadczenie. Jest to zbiór pomysłów, wskazówek i praktycznych porad, które mogą pomóc lepiej zrozumieć przyczyny problemów pojawiających się podczas realizacji projektu, a przede wszystkim – zapobiegać ich występowaniu.

Publikacja może być szczególnie przydatna dla osób, które nie mają jeszcze dużego doświadczenia w realizacji projektów i szukają praktycznych wskazówek, które pomogą im skuteczniej przygotować się do współpracy, planowania i realizacji działań projektowych.

Publikacja powstała przy współpracy z **Anną Krzeszowską-Hovanecz**, doświadczoną trenerką z zakresu projektów międzynarodowych, prezeską Stowarzyszenia Akwedukt. Specjalizuje się w organizowaniu projektów międzynarodowych, w szczególności wolontariatu międzynarodowego,

wymian młodzieży czy jakości w pracy z młodzieżą. Prowadzi szkolenia i warsztaty m.in. z zakresu: międzynarodowych wymian młodzieży, zarządzania projektem, planowania i organizacji projektów międzynarodowych i budowania zespołu.

1

WSTĘP – OD POMYSŁU DO PARTNERSTWA

Dlaczego projekty międzynarodowe zaczynają się od ludzi, a nie od formularza?

Projekty społeczne powinny wynikać z rzeczywistych potrzeb lokalnych społeczności oraz grup docelowych. Tylko wtedy planowane działania mogą przynosić realną zmianę, a jednocześnie być atrakcyjne i ważne zarówno dla instytucji, jak i ich odbiorców. Właściwa diagnoza potrzeb zwiększa szanse na zainteresowanie projektem i udział w jego działaniach. Dzięki temu projekt staje się ciekawym i wartościowym doświadczeniem, a nie sztucznym tworem, którego realizacja może być trudna zarówno dla uczestników, jak i osób odpowiedzialnych za jego realizację.

Ważne jest również, aby mieć świadomość możliwości, zasobów i potrzeb każdego z partnerów oraz ich kadry. Tylko szczerza analiza zdolności operacyjnej pozwala zaprojektować projekt w taki sposób, aby był wartościowym i rozwijającym doświadczeniem, a nie działaniem, które stanie się „kulą u nogi” dla instytucji zaangażowanej w jego realizację.

2

ZACZNIJ OD PARTNERÓW, NIE OD PROJEKTU

Dlaczego znalezienie odpowiednich partnerów jest pierwszym krokiem?

Partnerzy w projektach międzynarodowych są kluczowym elementem realizacji działań. W przypadku programu **Kreatywna Europa** bez odpowiednio dobranego partnerstwa realizacja wielu projektów nie byłaby możliwa. Partnerzy nie są jedynie „gośćmi” projektu ani podmiotami spełniającymi wymóg formalny. Są równorzędnymi aktorami, którzy odgrywają równie ważną rolę jak partner wiodący.

Częstym błędem popełnianym już na etapie tworzenia zarysu projektu jest traktowanie partnerów przedmiotowo – jako formalnego wymogu, a nie merytorycznego elementu projektu, który może znacząco wpływać na kształt i rozwój planowanych działań.

Prawdziwe partnerstwo opiera się na wspólnej analizie potrzeb, wyzwań i możliwości występujących w poszczególnych krajach partnerskich. Oznacza również wzajemne korzystanie z potencjału środowisk lokalnych, zasobów oraz doświadczeń każdej z organizacji.

Właściwie zaplanowana synergia partnerów pozwala na naturalne uzupełnianie się, wzajemne wsparcie w obszarach, w których poszczególne instytucje mają mniejsze doświadczenie, oraz tworzenie nowych, unikalnych działań. Dzięki temu projekt może stać się nie tylko wartościowym przedsięwzięciem dla jego odbiorców, ale również źródłem dumy i impulsem do rozwoju każdej z zaangażowanych instytucji.

Jak rozpoznać dobrego partnera?

Dobry partner nie zawsze jest instytucją o identycznym profilu działania czy strukturze organizacyjnej. Często jest to organizacja, która podziela podobne wartości, mierzy się z podobnymi wyzwaniami i jest gotowa do otwartego dialogu oraz wspólnego poszukiwania rozwiązań.

Partnerzy nie muszą mieć podobnej wielkości ani działać na taką samą skalę. Ważniejsze jest to, aby potrafili docenić swoją różnorodność, wzajemnie się uzupełniać i akceptować naturalnie nierówny podział zadań i obowiązków, wynikający ze specyfiki projektu oraz możliwości poszczególnych organizacji.

Dobry partner to również taki, który znajduje czas na wspólne planowanie, jest odpowiedzialny i dotrzymuje ustalonych terminów. Współpraca projektowa wymaga zaangażowania wszystkich stron, dlatego odkładanie działań na ostatni moment może negatywnie wpływać na realizację całego projektu i relacje w partnerstwie.

Ważnym elementem procesu poszukiwania partnerów jest udział w międzynarodowych spotkaniach, konferencjach i seminariach. Bezpośredni kontakt daje możliwość lepszego poznania potencjalnych partnerów i sprawdzenia, czy mamy podobne podejście do pracy, rozumiemy wzajemne wyzwania i potrafimy otwarcie rozmawiać o problemach.

Częstym błędem jest poszukiwanie partnerów wyłącznie za pośrednictwem korespondencji mailowej, bez możliwości bezpośredniego poznania drugiej strony. Sama wymiana wiadomości nie zawsze pozwala ocenić, czy rzeczywiście mamy podobny sposób pracy i czy dobrze się rozumiemy. Warto pamiętać, że realizacja projektu w ramach programu **Kreatywna Europa** jest zazwyczaj wieloletnim zobowiązaniem, a nie tylko krótkim działaniem realizowanym wspólnie. Dlatego wybór partnerów powinien być przemyślany i oparty nie tylko na formalnych kryteriach, ale również na zaufaniu, wzajemnym zrozumieniu i gotowości do długofalowej współpracy.

Wspólna motywacja i zaufanie jako fundament współpracy.

Bez względu na to, jaki rodzaj instytucji reprezentujecie, podstawowym przyczynkiem do działania jest wspólny problem czy potrzeba i motywacja do działania. Praca nad rozwiązaniem problemu czy wyzwani musi być jasna dla wszystkich stron.

Proponowane rozwiązania są i powinny być różne w każdym partnerskim kraju czy organizacji, gdyż to świadczy o właściwym podejściu do zasobów i możliwości każdego partnera. Istotnym jest także fakt obnażenia swoich słabych stron w gronie partnerskim. Stawianie wygórowanych oczekiwań jest nie tylko niewłaściwe i będzie powodować problemy w fazie implementacji, ale także niesprawiedliwe wobec partnerów i ich odbiorców.

Jeżeli partnerstwo oparte jest na szczerości, instytucje otwarcie mówią o swoich mocnych i słabych stronach, planowany projekt będzie szansą na niwelowanie słabości i wzmacnianie tego, w czym jesteśmy dobrzy, np. nie mamy doświadczeń w promocji cyfrowej, ale jesteśmy specjalistami w działaniach plenerowych z udziałem społeczności lokalnej.

3

OD WSPÓLNEGO POMYSŁU DO ANALIZY POTRZEB

Czy zdarzyło Wam się kiedyś zainspirować jakimś pomysłem lub podpatrzeć ciekawe rozwiązanie, które w danym momencie wydawało się idealne dla Waszej instytucji, ale po pewnym czasie okazało się, że nikt nie jest nim zainteresowany? Takie sytuacje, wbrew pozorom, zdarzają się dość często – nawet wtedy, gdy pomysł powstał z najlepszych intencji i dużego zaangażowania zespołu.

Podstawowym problemem w takiej sytuacji może być brak właściwie przeprowadzonej analizy potrzeb. Inspiracje, obserwowanie dobrych praktyk i wymiana doświadczeń są bardzo wartościowymi elementami pracy, jednak samo działanie – nawet atrakcyjne i sprawdzone w innym miejscu – niekoniecznie spotka się z takim samym zainteresowaniem w nowym środowisku. Aby projekt lub działanie odniosło sukces, musi odpowiadać na rzeczywiste potrzeby jego odbiorców.

W przypadku projektów międzynarodowych szczególnie ważne jest wspólne zdefiniowanie obszaru potrzeb, który stanie się punktem wyjścia do współpracy. Każdy z partnerów jest inny – działa w odmiennym środowisku, miejscowości i kontekście społecznym, ma własną historię, doświadczenia i zasoby. To właśnie ta różnorodność czyni partnerstwo wyjątkowym i wartościowym.

Realizując wspólne działania, partnerzy nie muszą jednak mieć identycznych potrzeb. Ważne jest natomiast, aby potrafili znaleźć wspólny obszar, który będzie podstawą projektu. Przykładowo, brak zainteresowania koncertami w jednej instytucji może wynikać ze słabej promocji tego typu działań, podczas gdy w innej może być związany ze strukturą demograficzną odbiorców i ich zainteresowaniem innymi formami aktywności.

Dlatego tak ważne jest świadome rozpoznanie różnic i podobieństw między partnerami. Różnorodność nie musi być przeszkodą – odpowiednio wykorzystana może sprawić, że partnerstwo stanie się komplementarne, a wspólnie realizowany projekt będzie bardziej wartościowy i unikatowy.

Komunikacja, to podstawa

Jednym z najtrudniejszych, a jednocześnie najistotniejszych elementów współpracy partnerskiej, szczególnie międzynarodowej, jest komunikacja. Nie chodzi tu wyłącznie o bariery językowe, ale również o świadomość różnych stylów komunikacji, wynikających zarówno z kultury i sposobu funkcjonowania instytucji, w których pracujemy, jak i z indywidualnych cech członków zespołu.

Komunikacja obejmuje różne style, narzędzia i podejścia do współpracy. Ma również bezpośredni wpływ na sposób podejmowania decyzji oraz rozwiązywania problemów. Dlatego jednym z pierwszych kroków w budowaniu współpracy partnerskiej powinno być stworzenie wspólnego **kodeksu komunikacji**, określającego podstawowe zasady, narzędzia, kanały, czas reakcji oraz role poszczególnych osób w procesie komunikacji.

Aby skutecznie zarządzać komunikacją w zespole, warto ustalić:

- **osoby odpowiedzialne za komunikację** – kto jest główną osobą kontaktową po stronie każdej organizacji;
- **kanały komunikacji** – jakie narzędzia będą wykorzystywane, np. poczta elektroniczna, komunikatory, platformy do spotkań online czy telefon;
- **czas reakcji i odpowiedzi** – w jakim czasie należy odpowiadać na wiadomości oraz jak postępować w sprawach pilnych;

- **różnice kulturowe i style komunikacji** – czy komunikujemy się bezpośrednio i wprost, czy preferujemy bardziej pośredni sposób wyrażania opinii; jakie mogą występować bariery językowe i różnice wynikające z kontekstu kulturowego;
- **harmonogram komunikacji** – kiedy poszczególni partnerzy są dostępni oraz czy zespół ma świadomość ważnych świąt, wydarzeń i innych okresów, które mogą wpływać na ograniczenie kontaktu lub dostępność członków zespołu.

Kodeks komunikacji nie musi to być oficjalnym dokumentem, może to być pierwszy slajd na spotkaniu, przypięta wiadomość na komunikatorze, gdzie określasz: „maile sprawdzamy w ciągu 24h, a dokumenty trzymamy na dysku). Ważne, aby było to przydatne, konkretne i łatwo przyswajalne narzędzie wspierające współpracę.

Warto również pamiętać, że zasady komunikacji nie powinny być traktowane jako sztywne i ostateczne. W miarę rozwoju współpracy mogą być modyfikowane i dostosowywane do rzeczywistych potrzeb zespołu.

Różnorodny zespół to potęga, ale także wyzwanie

Planując pracę zespołu ważna jest świadomość różnorodności cech ludzkich, ich predyspozycji oraz podejście do pracy. W tej kwestii pomocna może być jedna z teorii osobowości DISC.

Teoria DISC opisuje różne style zachowania i komunikacji ludzi, wskazując na cztery główne obszary:

D – Dominance (Dominacja – kolor czerwony),
I – Influence (Wpływ – kolor żółty),
S – Steadiness (Stołość – kolor zielony) oraz
C – Conscientiousness (Sumienność – kolor niebieski).

Każdy człowiek może łączyć w sobie różne style, a model pomaga lepiej zrozumieć własne naturalne reakcje, sposób podejmowania decyzji i komunikowania się.

W pracy zespołowej DISC pomaga przede wszystkim **lepiej dopasować sposób komunikacji do różnych osób**, wykorzystać ich mocne strony oraz ograniczać nieporozumienia i konflikty. Dzięki poznaniu różnorodności stylów zespół może skuteczniej dzielić zadania, współpracować i budować relacje. Warto pamiętać, że DISC nie ocenia, który styl jest „lepszy” lub „gorszy” – pokazuje raczej, że różne sposoby działania mogą być wartościowe w różnych sytuacjach.

Przykłady osobowości i cech w zespole:

Karol jest typowym „kolorem czerwonym” (D). Dla niego ważne są dotrzymywanie terminów, bezpośredni i konkretny sposób komunikacji oraz dążenie do osiągnięcia celów. Jest osobą, która łatwo podejmuje decyzje, co może być bardzo wartościowe w sytuacjach kryzysowych i trudnych, w których ważne są szybka reakcja oraz wykonanie zadania w krótkim czasie.

Joanna to typowy „kolor zielony” (S). Jest spokojna i opanowana, a dla niej ważne są relacje oraz atmosfera panująca w zespole. Osoby o takim profilu dążą do porozumienia i konsensusu, łagodzą konflikty lub dostrzegają sytuacje, które mogą do nich doprowadzić. To dobry duch zespołu. Osoby te wolą realizować działania niż je zlecać, są wielozadaniowe i odpowiedzialne, co sprzyja kontrolowaniu powierzonych zadań aż do ich ukończenia.

Ważne jest, aby pamiętać, że model DISC nie zakłada, iż człowiek posiada wyłącznie jeden typ osobowości. Każda osoba może przejawiać cechy charakterystyczne dla kilku stylów DISC, przy czym niektóre z nich mogą być bardziej dominujące. Nasze zachowanie może również zmieniać się w zależności od kontekstu, sytuacji oraz grupy osób, w której się znajdujemy. Dlatego styl zachowania nie jest stałą etykietą, lecz może być elastyczny i dostosowywać się do różnych warunków.

**Podjmowanie decyzji
i rozwiązywanie problemów**

Każda instytucja ma własną strukturę organizacyjną, model pracy oraz sposób podejmowania decyzji i funkcjonowania hierarchii. W dobrze funkcjonującym zespole partnerskim członkowie znają swoje role, zakresy odpowiedzialności oraz ścieżki podejmowania decyzji. Wiedzą również, do kogo mogą zwrócić się o wsparcie w przypadku pojawienia się problemów.

Jednym z częstych wyzwań w pracy zespołowej jest obawa przed oceną lub krytyką, która może utrudniać otwarte komunikowanie problemów. Dlatego ważne jest stworzenie jasnych i przejrzystych zasad dotyczących zarówno rozwiązywania problemów, jak i podejmowania decyzji.

Przykładowo:

- **ustalić, kto podejmuje decyzje** w poszczególnych sprawach i kto jest odpowiedzialny za ich wdrożenie;
- **określić ścieżkę zgłaszania problemów** – np. najpierw rozmowa z osobą odpowiedzialną za dane zadanie, a następnie, jeśli to konieczne, eskalacja problemu do lidera projektu;
- **stworzyć atmosferę, w której zgłoszenie problemu nie jest traktowane jako porażka**, ale jako element wspólnego poszukiwania rozwiązania;

- **regularnie omawiać trudności podczas spotkań zespołu**, aby problemy nie narastały i nie były ukrywane;
- **koncentrować się na rozwiązaniu problemu, a nie na szukaniu winnej osoby**;
- **dokumentować najważniejsze decyzje**, aby wszyscy członkowie zespołu mieli dostęp do tych samych informacji.

Kwestie te mogą różnić się w poszczególnych krajach partnerskich ze względu na odmienny profil instytucji, różnice kulturowe oraz różne podejście do organizacji pracy i hierarchii. Z tego względu istotne jest wzajemne poznanie sposobów funkcjonowania poszczególnych partnerów oraz wypracowanie wspólnych zasad współpracy, które będą zrozumiałe i akceptowane przez cały zespół.

Różnice kulturowe są jednym z ważnych elementów wpływających na funkcjonowanie międzynarodowego zespołu. Mogą stanowić wyzwanie, ale jednocześnie są dużą wartością projektu, ponieważ pozwalają spojrzeć na te same problemy z różnych perspektyw, poszerzać wiedzę i rozwijać nowe sposoby działania.

Jak różnice kulturowe wpływają na współpracę?

Osoby pochodzące z różnych krajów mogą odmiennie postrzegać komunikację, hierarchię, czas, podejmowanie decyzji, sposób wyrażania opinii czy rozwiązywanie konfliktów. To, co w jednej kulturze jest postrzegane jako przejaw profesjonalizmu, w innej może być odebrane jako dystans, brak zaangażowania lub nawet nieuprzejmość.

Różnice te można analizować między innymi z wykorzystaniem teorii wymiarów kulturowych Geerta Hofstede. Model ten pokazuje, że kultury mogą różnić się m.in. pod względem stosunku do hierarchii, indywidualizmu i kolektywizmu, tolerancji niepewności czy podejścia do rywalizacji. Należy jednak pamiętać, że takie modele

pokazują ogólne tendencje i nie powinny być traktowane jako sztywne charakterystyki wszystkich osób pochodzących z danego kraju. Każdy człowiek ma własne doświadczenia, osobowość i sposób pracy.

Różnice kulturowe mogą prowadzić do nieporozumień, szczególnie wtedy, gdy członkowie zespołu automatycznie zakładają, że inni rozumieją określone zachowania i komunikaty w taki sam sposób jak oni. Z drugiej strony, świadome zarządzanie różnorodnością może prowadzić do bardziej kreatywnych rozwiązań, lepszego rozumienia potrzeb różnych grup oraz wzbogacenia projektu o doświadczenia i perspektywy, których nie posiadałby zespół jednorodny kulturowo.

Co taka teoria może oznaczać w praktyce?

- **Polska vs Wielka Brytania – podejście do niepewności**

Polski pracownik może oczekiwać szczegółowych instrukcji, jasnych zasad i dokładnego planu działania. Brytyjski pracownik może być bardziej skłonny do elastycznego podejścia, samodzielnego interpretowania sytuacji i działania mimo niepełnych informacji.

Polska: większa potrzeba przewidywalności vs **Wielka Brytania:** większa tolerancja niepewności.

- **Niemcy vs Włochy – podejście do planowania i zasad**

Niemiecki pracownik może ściśle przestrzegać ustalonego harmonogramu, procedur i terminów. Włoski pracownik może podchodzić do planu bardziej elastycznie i dostosowywać go do bieżącej sytuacji oraz relacji międzyludzkich.

Niemcy: formalność, planowanie i przewidywalność vs **Włochy:** większa elastyczność i spontaniczność.

- **Szwecja vs Francja – relacje z przełożonym i styl pracy**

Szwedzki pracownik może zwracać się do przełożonego po imieniu i oczekiwać partnerskich, wspólnych decyzji.

Francuski pracownik może częściej akceptować bardziej hierarchiczną strukturę organizacji i wyraźny podział ról między przełożonym a podwładnym.

Szwecja: mały dystans władzy i współpraca vs **Francja:** większy dystans władzy i bardziej hierarchiczne relacje.

Budowanie wzajemnego zrozumienia i dobrych praktyk w międzynarodowym zespole

Podstawą dobrej współpracy w międzynarodowym zespole jest ciekawość i gotowość do poznawania innych perspektyw. Warto zadawać pytania i interesować się tym, dlaczego dana osoba lub instytucja działa w określony sposób. Zamiast od razu oceniać zachowanie jako „dziwne”, „niewłaściwe” lub „nieprofesjonalne”, warto najpierw spróbować zrozumieć jego kulturowy lub organizacyjny kontekst.

Ważne jest również kwestionowanie własnych założeń. Każdy z nas ma określone przyzwyczajenia i przekonania dotyczące tego, jak powinno wyglądać spotkanie, komunikacja, podejmowanie decyzji czy współpraca. W międzynarodowym zespole warto regularnie zadawać sobie pytanie: Czy rzeczywiście jest tylko jeden właściwy sposób działania? Taka postawa pomaga ograniczyć stereotypy i ułatwia znalezienie rozwiązań, które będą odpowiadały wszystkim partnerom.

Jedną z najważniejszych zasad jest **pytanie zamiast zakładania**. Jeśli nie rozumiemy czyjegoś zachowania, sposobu komunikacji lub decyzji, warto poprosić o wyjaśnienie, zamiast interpretować sytuację wyłącznie przez pryzmat własnych doświadczeń.

Warto również stworzyć w zespole **przyzwolenie na różnorodność**. Oznacza to akceptację faktu, że poszczególni partnerzy mogą mieć inne style pracy, komunikacji i podejmowania decyzji. Nie każda różnica wymaga natychmiastowego ujednolicenia. Czasami ważniejsze jest wzajemne zrozumienie i ustalenie wspólnych zasad w kluczowych obszarach, przy jednoczesnym pozostawieniu przestrzeni na różne sposoby działania

Pomocne może być również:

- ustalenie wspólnych zasad komunikacji i współpracy na początku projektu;
- wyjaśnianie znaczenia niejasnych komunikatów i unikanie pochopnych ocen;
- uwzględnianie różnic w podejściu do czasu, terminów, hierarchii i podejmowania decyzji;
- zachęcanie wszystkich członków zespołu do wyrażania opinii;
- tworzenie przestrzeni do dzielenia się doświadczeniami kulturowymi;
- traktowanie różnic jako źródła wiedzy i nowych pomysłów, a nie wyłącznie jako przeszkody.

Różnorodność kulturowa może być zatem nie tylko wyzwaniem organizacyjnym, ale przede wszystkim **zasobem projektu**. Warunkiem jest jednak stworzenie środowiska opartego na ciekawości, wzajemnym szacunku, otwartej komunikacji i gotowości do uczenia się od siebie nawzajem.

PODSUMOWANIE – OD PARTNERSTWA DO SKUTECZNEGO PROJEKTU

Realizacja projektu, szczególnie międzynarodowego, to przede wszystkim ludzie, ich potrzeby i gotowość do współpracy. Kluczem do sukcesu jest właściwy wybór partnerów, wspólne rozpoznanie potrzeb, wykorzystanie różnorodności oraz jasna komunikacja. Dobre partnerstwo opiera się na zaufaniu, odpowiedzialności, otwartości i wzajemnym uzupełnianiu się.

Warto pamiętać, że nie ma jednego właściwego sposobu działania. Różne doświadczenia, kultury i style pracy mogą być wyzwaniem, ale także dużą wartością projektu. Najważniejsze jest, aby pytać zamiast zakładać, słuchać i wspólnie szukać rozwiązań. Dzięki temu projekt może stać się nie tylko zadaniem do wykonania, ale także wartościowym doświadczeniem i impulsem do rozwoju wszystkich zaangażowanych instytucji.

Pigułka, czyli przepis na udany projekt:

Nie ma jednego idealnego wzoru na projekt, ale każdy udany opiera się na 4 filarach:

ŁUDZIE, NIE FORMULARZE

Projekt zaczyna się od relacji i prawdziwych potrzeb, a nie od chęci zdobycia grantu. Dobierz partnerów, którym ufasz.

SIŁA RÓŻNORODNOŚCI

Nie szukaj swoich klonów. Różne style pracy (DISC), kultury (Hofstede) i doświadczenia to Wasz największy zasób. Pozwólcie sobie na nierówny, ale komplementarny podział zadań.

PYTAJ, NIE ZAKŁADAJ

Różnice kulturowe i organizacyjne będą rodzić napięcia. Zamiast oceniać (oni są nieprofesjonalni), dopytaj o kontekst. Jasna komunikacja rozwiązuje 90% problemów.

BEZPIECZEŃSTWO BŁĘDU

Otwarcie mówcie o słabych stronach swoich instytucji. Dobry projekt to taki, w którym partnerzy wzajemnie uzupełniają swoje luki kompetencyjne i wspierają się na każdym etapie.

CZY JESTEŚMY GOTOWI DO PRZYGOTOWANIA PROJEKTU MIĘDZYNARODOWEGO?

CHECKLISTA:

- | | |
|---|--|
| ☐ Mamy jasno określony problem lub potrzebę, na którą projekt ma odpowiedzieć. | ☐ Uwzględniliśmy różnice kulturowe i organizacyjne, które mogą wpływać na współpracę. |
| ☐ Przeprowadziliśmy analizę potrzeb i wiemy, że planowane działania wynikają z rzeczywistych wyzwań. | ☐ Zastanowiliśmy się nad możliwymi ryzykami i wiemy, jak będziemy na nie reagować. |
| ☐ Mamy partnerów, którzy podzielają nasze cele i są gotowi aktywnie uczestniczyć w projekcie. | ☐ Wiemy, jakie rezultaty chcemy osiągnąć i jak będziemy mierzyć ich realizację. |
| ☐ Każdy partner wnosi konkretną wartość – wiedzę, doświadczenie, zasoby lub dostęp do grupy docelowej. | ☐ Zaplanowaliśmy sposób monitorowania postępów i ewaluacji już od początku projektu. |
| ☐ Uzgodniliśmy wspólną wizję projektu i rozumiemy jego cele w taki sam sposób. | ☐ Mamy świadomość wymagań programu grantowego, do którego planujemy złożyć wniosek. |
| ☐ Wiemy, kto za co odpowiada i wstępnie podzieliliśmy role oraz zadania (u każdego z partnerów). | ☐ Projekt odpowiada na potrzeby wszystkich partnerów, a nie tylko jednej organizacji. |
| ☐ Mamy ustalone zasady komunikacji (spotkania, kontakt, podejmowanie decyzji, narzędzia współpracy). | ☐ Myślimy o trwałości rezultatów – wiemy, co wydarzy się po zakończeniu finansowania. |

Creative Europe Desk Polska
Al. Ujazdowskie 41
00-540 Warszawa

+48 22 44 76 180
info@kreatywna-europa.eu
kreatywna-europa.eu
@kreatywnaeuropa
@creative_europe_desk_polska



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego



Współfinansowane przez
Unię Europejską

Publikacja została sfinansowana przy wsparciu Komisji Europejskiej oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Wyraża ona jedynie opinie jej autorów, a Komisja oraz MKiDN nie mogą zostać pociągnięte do odpowiedzialności w zakresie wykorzystania informacji w niej zawartych.