



Zał. 1A. Warsztaty dla innowatorów społecznych. Poziom podstawowy

Czas trwania: 7 godzin (z przerwami)

Grupa docelowa: osoby zainteresowane projektami społecznymi, potencjalni innowatorzy, przedstawiciele NGO, instytucji publicznych, przedsiębiorstw, w tym przedsiębiorstw społecznych

Forma: warsztat interaktywny z elementami miniwykładów, pracy w grupach i indywidualnych konsultacji.

09:00–09:30 – Wprowadzenie

- Powitanie uczestników i przedstawienie programu dnia.
- Czym są innowacje społeczne i jakie mają znaczenie dla rozwoju społecznego.
- Omówienie celów warsztatu i oczekiwanych rezultatów.

09:30–10:30 – Część teoretyczna: Od diagnozy do pomysłu

- Jak rozpoznać potrzebę społeczną i określić sytuację wyjściową.
- Metody diagnozowania problemów społecznych (np. analiza interesariuszy, drzewo problemów, analiza trendów).
- Jak AI może wesprzeć diagnozowanie problemu.
- Zasady opisywania pomysłu na innowację społeczną:
 - formułowanie celu,
 - definiowanie rezultatów,
 - definiowanie wskaźników,
 - ocena wykonalności.

Ćwiczenie krótkie: uczestnicy analizują w parach problem społeczny, który chcieliby rozwiązać, dyskusja na forum całej grupy.

10:30–11:15 – Część poznawcza: Przykłady wdrożeń

- Analiza dwóch rzeczywistych przypadków:
 - *Sukces:* projekt aktywizacji zawodowej osób z niepełnosprawnościami.
 - *Niepowodzenie:* wdrożona bez konsultacji z grupą docelową inicjatywa, która nie uzyskała akceptacji odbiorców.
- Dyskusja: co zadecydowało o rezultacie, jakie wnioski można przenieść na własne działania.



11:15–11:30 – Przerwa kawowa

11:30–13:00 – Część praktyczna I: Projektowanie innowacji społecznej

- Praca warsztatowa w małych grupach:
 - opis pomysłu, celów, rezultatów, wskaźników, planowanej zmiany
 - określenie grupy docelowej i sposobu jej rekrutacji
 - badanie zapotrzebowania – jak sprawdzić, czy pomysł ma sens
 - analiza trafności pomysłu
 - Mini-prezentacje koncepcji w grupach i krótka informacja zwrotna od prowadzącego.
-

13:00–13:45 – Część praktyczna II: Planowanie wdrożenia

- Jak stworzyć koncepcję testowania prototypu innowacji, harmonogram i budżet projektu.
- Wprowadzenie do analizy SWOT: mocne i słabe strony, szanse, zagrożenia.
- Praca indywidualna: uczestnicy wypełniają uproszczoną matrycę SWOT dla swojego pomysłu.

13:45–14:00 – Krótka przerwa na lunch

14:00–15:00 – Część teoretyczno-praktyczna: Promocja, współpraca, angażowanie interesariuszy

- Jak zainteresować pomysłem partnerów, instytucje wspierające i biznes.
 - Narzędzia prezentacji i pitchingu pomysłu (zastosowanie storytellingu).
 - Ćwiczenie: 2-minutowa prezentacja swojego pomysłu przed grupą, informacje zwrotne
-

15:00–16:00 – Część indywidualna: Konsultacje eksperckie

- Krótkie spotkania 1:1 z trenerem/ekspertem (ok. 15–20 min na osobę).
 - Omówienie pomysłu, rekomendacje dotyczące rozwoju koncepcji.
 - Indywidualne wskazówki dotyczące dalszych kroków i możliwości wsparcia.
-

Rezultaty warsztatu

Po 7 godzinach uczestnik:

- zna proces planowania innowacji społecznej,
- potrafi zdiagnozować potrzebę społeczną i dobrać grupę odbiorców,





- potrafi przygotować podstawowy opis pomysłu, zarys koncepcji jego przetestowania, harmonogramu, budżetu i analizy SWOT,
- wie, jak zaprezentować i promować swój pomysł,
- ma pierwsze rekomendacje eksperta dotyczące dalszego rozwoju projektu.

Załącznik 1B. Warsztaty dla innowatorów społecznych. Poziom zaawansowany

Czas trwania: 7 godzin (z przerwami)

Poziom: zaawansowany

Forma: warsztat interaktywny z elementami miniwykładów, pracy w grupach, analizy przypadków i indywidualnych konsultacji.

Grupa docelowa: osoby posiadające już doświadczenie w tworzeniu lub wdrażaniu innowacji społecznych, liderzy projektów, przedstawiciele NGO, instytucji publicznych i przedsiębiorstw, w tym przedsiębiorstw społecznych.

09:00–09:30 – Wprowadzenie i cele warsztatu

- Powitanie uczestników, omówienie planu dnia i zasad pracy.
- Przypomnienie kluczowych pojęć: innowacja społeczna, komercjalizacja, skalowanie, ochrona własności intelektualnej.
- Przedstawienie celów: rozwój zaawansowanych kompetencji w zakresie prezentacji, promocji i rozwoju projektu.

Forma: miniwykład, rozmowa moderowana.

Efekt: uczestnicy rozumieją cele warsztatu i jego strukturę.

09:30–10:30 – Część teoretyczna: Zaawansowane aspekty wdrażania innowacji społecznych

- Jak prezentować projekt lub usprawnienie w kontekście społecznym i biznesowym.
- Docieranie do partnerów: instytucji, inwestorów, organizacji wspierających.
- Strategie komunikowania działań w mediach społecznościowych i kanałach instytucjonalnych, angażowania interesariuszy.
- Jak AI może wesprzeć angażowanie interesariuszy – wprowadzenie do zastosowań AI w komercjalizacji innowacji społecznych
- Ochrona własnych pomysłów – podstawy prawa autorskiego i licencji Creative Commons.

Forma: miniwykład z elementami pytań i przykładów.

Efekt: uczestnicy znają narzędzia promocji i komunikacji, formy współpracy z partnerami i zasady ochrony pomysłów.



10:30–11:15 – Część poznawcza: Studium przypadków – sukces i niepowodzenie

- Analiza dwóch przykładów wdrożeń projektów społecznych:
 - *Sukces*: projekt skalowany z poziomu lokalnego na ogólnokrajowy dzięki współpracy z biznesem.
 - *Niepowodzenie*: projekt z brakiem elastyczności wobec zmian rynkowych.
- Dyskusja: jakie czynniki wpłynęły na rezultat? Jak unikać podobnych błędów?

Forma: analiza przypadków, dyskusja moderowana.

Efekt: umiejętność wyciągania praktycznych wniosków z cudzych doświadczeń.

11:15–11:30 – Przerwa kawowa

11:30–13:00 – Część praktyczna I: Biznesplan i rozwój projektu

- Opracowanie modelu biznesowego innowacji społecznej (metoda Business Model Canvas).
- Planowanie dalszego rozwoju i skalowania projektu.
- Szacowanie kosztów i przychodów – symulacja biznesplanu.
- Jak przystosować projekt do zmieniających się uwarunkowań zewnętrznych.

Forma: praca warsztatowa w grupach, ćwiczenia z arkuszem Canvas.

Efekt: umiejętność tworzenia modelu rozwoju i komercjalizacji innowacji społecznej.

13:00–13:45 – Część praktyczna II: Promocja i angażowanie partnerów

- Tworzenie strategii komunikacji projektu: cele, kanały, narzędzia.
- Promocja efektów projektu i angażowanie społeczności.
- Ćwiczenie: przygotowanie krótkiej prezentacji (pitchu) projektu z elementami storytellingu.

Forma: praca w parach, prezentacje uczestników, feedback grupowy.

Efekt: doskonalenie umiejętności prezentacji i promocji własnego pomysłu.

13:45–14:00 – Krótka przerwa na lunch

14:00–15:00 – Część teoretyczno-praktyczna: Komercjalizacja i partnerstwa

- Jak w praktyce komercjalizować innowację społeczną.
- Współpraca z biznesem i instytucjami – modele partnerstwa.
- Zasady prowadzenia działalności gospodarczej opartej na pomysle innowacyjnym.



- Studium przypadku: jak NGO przekształciło się w przedsiębiorstwo społeczne.

Forma: miniwykład + praca w grupach (opracowanie scenariusza partnerstwa).

Efekt: zrozumienie procesu komercjalizacji i możliwości rozwoju projektu w różnych modelach.

15:00–16:00 – Część indywidualna: Konsultacje eksperckie

- Indywidualne spotkania uczestników z ekspertem (ok. 15–20 minut/osobę).
- Analiza gotowych projektów, ocena potencjału komercyjnego i społecznego.
- Rekomendacje dotyczące rozwoju, skalowania, źródeł finansowania i promocji projektu.

Forma: indywidualne konsultacje.

Efekt: uzyskanie spersonalizowanej informacji zwrotnej i wskazówek dotyczących dalszych działań.

Rezultaty warsztatów

Po zakończeniu warsztatów uczestnik:

- potrafi profesjonalnie zaprezentować i promować swój projekt,
- zna zasady nawiązywania partnerstw i komercjalizacji innowacji społecznych,
- potrafi opracować biznesplan i strategię rozwoju projektu,
- rozumie znaczenie elastyczności i dostosowania działań do zmian otoczenia,
- zna podstawy ochrony własności intelektualnej i licencjonowania (Creative Commons).