

1. CO HÝBE SVĚTEM MÉDIÍ	8
1.1 Dezinformace.....	8
1.2 Marketing a reklama	9
1.3 Kyberbezpečí	11
1.4 Vlastníci médií a zpravodajství	12
2. CO MŮŽETE DĚLAT? TIPY NA KONKRÉTNÍ AKCE	14
2.1 Dotazníky a ankety	14
2.2 Projekce dokumentárního filmu či jiného audiovizuálního materiálu s diskusí	16
2.3 Beseda s mediálním odborníkem nebo novinářem	21
2.4 Interaktivní workshop k mediálnímu tématu	21
2.5 Natočení vzdělávacího videa, sociální reklamy, spotu nebo dokumentu	22
2.6 Novinářský rozhovor či reportáž	25
2.7 Výstava	25
2.8 Jiný vzdělávací materiál či aktivita (hra, soutěž, pracovní list)	26
2.9 Happening	27
2.10 Guerilla marketing.....	28
2.11 Flashmob	29
3. PLÁNOVÁNÍ A REALIZACE PROJEKTU	30
3.1 Co je projekt.....	30
3.2 Sestavení týmu	31
3.3 Výběr tématu	31
3.4 Cílová skupina, cíl a stručný obsah projektu	33
3.5 Konkrétní projektové aktivity	34
3.6 Rozdělení rolí v týmu	36
3.7 Harmonogram	40
3.8 Technické vybavení	41
3.9 Finanční plán a fundraising	41
3.10 Propagace	46
3.11 Komunikace a spolupráce v týmu	54
3.12 Evaluace projektu	57

4. PRACOVNÍ LISTY 58

1. METODY PRO VÝBĚR TÉMATU 58

2. CÍL A OBSAH PROJEKTU 59

3. FISHBONE – DIAGRAM RYBÍ KOSTI 61

4. LEAN CANVAS – BYZNYS MODEL PRO SOCIÁLNÍ MINIPODNIKY 63

5. PROJEKTOVÝ PLÁN 64

6. SWOT ANALÝZA 65

7. ROZDĚLENÍ ROLÍ V TÝMU 66

8. HARMONOGRAM 67

9. SLEDOVÁNÍ REALIZACE 68

10. ROZPOČET 69

11. PLÁN FUNDRAISINGU 70

12. PLÁNOVÁNÍ PROPAGACE 71

13. SEBEHODNOCENÍ NA KONCI PROJEKTU 72

14. ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA 73