

WZORZEC

CONSULTING

W

---

# Oferta 2026

PRZEMYSŁY KREATYWNE • SEKTOR KULTURY • ORGANIZACJE POZARZĄDOWE

*Programy rozwojowe • diagnozy • symulatory • narzędzia cyfrowe*

W

# 0 nas

Wzorzec Consulting to butikowa, interdyscyplinarna  
pracownia  
ekspertka dla przemysłów kreatywnych, sektora kultury  
oraz  
organizacji pozarządowych.

Projektujemy programy rozwojowe, diagnozy obszarowe,  
audyty merytoryczne, symulatory decyzyjne,  
nawigatory tematyczne i narzędzia cyfrowe dla  
organizacji, instytucji, zespołów i liderów działających  
na

styku kultury, edukacji, innowacji i rozwoju lokalnego.  
Nie pracujemy na uniwersalnych modelach szkoleniowych.

Tworzymy rozwiązania dopasowane do realiów  
branży: jej odbiorców, sposobów finansowania, modeli  
współpracy, ryzyk, języka i zmian cywilizacyjnych.

---

Zapraszamy do współpracy

[kontakt@wzorzec.org](mailto:kontakt@wzorzec.org)

tel. +48 573 856 775

[www.wzorzec.org](http://www.wzorzec.org)

# DLACZEGO WZORZEC

Wzorzec Consulting powstał z przekonania, że organizacje, instytucje i zespoły potrzebują dziś nie tylko szkoleń, ale trafnej diagnozy, świadomych decyzji i rozwiązań dopasowanych do własnego kontekstu.

Specjalizujemy się w pracy z sektorem kultury, przemysłami kreatywnymi i organizacjami pozarządowymi. Łączymy doświadczenie strategiczne, badawcze, projektowe i wdrożeniowe – od diagnozy potrzeb, przez projektowanie modeli działania, po rozwój kompetencji, finansowanie i wdrażanie zmian.



**Za Wzorzec Consulting stoi Nina Gałuszka – antropolożka kultury, ekonomistka społeczna, ekspertka rozwoju organizacji i projektów społecznych i kulturalnych.**

Od ponad 15 lat wspiera organizacje, instytucje i liderów w budowaniu strategii, diagnozowaniu potencjału oraz projektowaniu przedsięwzięć odpowiadających na realne potrzeby odbiorców.

## Doświadczenie

- udział w projektowaniu przedsięwzięć o wartości ponad 300 mln zł,
- wsparcie rozwoju kilkudziesięciu organizacji i instytucji,
- szkolenia, doradztwo i mentoring dla ponad 600 liderów sektora społecznego,
- doświadczenie w ocenie projektów krajowych i europejskich,
- autorstwo programów rozwojowych, modeli diagnozy, symulatorów i narzędzi edukacyjnych.

## W czym jesteśmy najmocniejsi?

Diagnozy organizacyjne i obszarowe, audyty projektów i komunikacji, programy rozwojowe dla NGO i kultury, strategie, modele działania, oraz projektowanie przedsięwzięć finansowanych ze środków publicznych i europejskich.

Nie oferujemy gotowych recept. Każda organizacja działa w innym otoczeniu, dlatego naszym celem jest zrozumienie kontekstu, uporządkowanie decyzji i zaprojektowanie rozwiązań możliwych do realnego wdrożenia.



### **Branżowa specjalizacja**

Pracujemy w obszarze kultury, przemysłów kreatywnych i NGO - tam, gdzie potrzebna jest wiedza o sektorze, a nie gotowy schemat szkoleniowy.

kultura / CCI / NGO

---

### **Autorskie formaty pracy**

Tworzymy symulatory, nawigatory, modele diagnozy i karty pracy, które pozwalają porządkować złożone problemy i testować decyzje.

symulatory / nawigatory / modele

---

### **Od kontekstu do wdrożenia**

Łączymy diagnozę, projektowanie rozwiązań, pracę z zespołem, dokumentację, sieci kontaktów i wsparcie wdrożeniowe.

diagnoza / model / wdrożenie

---

### **Finansowanie jako narzędzie**

W projektach wymagających dofinansowania wspieramy opracowanie koncepcji, logiki działania, dokumentacji i pozyskanie środków.

publiczne / UE / wdrożenia

---

Zapraszamy do współpracy  
[kontakt@wzorzec.org](mailto:kontakt@wzorzec.org)

# Nowości w ofercie 2026



## Pracownie rozwoju kultury i przemysłów kreatywnych

Projektowanie produktów, usług, programów  
i modeli działania odpowiadających na  
nowe  
potrzeby odbiorców, cyfryzację,  
dostępność  
i światowe trendy.  
*produkty / usługi / trendy*

## NGO przyszłości i rozwój instytucjonalny

Diagnozy, programy i modele działania dla  
organizacji, które chcą wyjść poza logikę  
pojedynczych projektów i wzmacniać  
trwałość  
swojej pracy.  
*NGO / stabilność / usługi*

## Diagnozy obszarowe i nawigatory

Analiza tematów, projektów, usług,  
odbiorców,  
ryzyk i zasobów zakończona mapą decyzji i  
narzędziami wdrożeniowymi.  
*diagnozy / mapy / rekomendacje*

## Symulatory i narzędzia cyfrowe

Autorskie formaty pracy z wiedzą,  
decyzją i zmianą: symulatory,  
modele diagnozy, karty  
pracy, scenariusze i narzędzia online.  
*symulatory / online / decyzje*

## AI, dane i prawa autorskie

Bezpieczne, praktyczne i branżowe  
wdrażanie  
narzędzi AI, pracy z danymi, obiegu  
treści i  
zasad prawno-autorskich.  
*AI / dane / prawo*

## Finansowanie wdrożeń

Wsparcie w opracowaniu koncepcji,  
dokumentacji, budżetów, wskaźników i  
pozyskiwaniu środków publicznych lub  
UE.  
*koncepcja / wniosek / wdrożenie*

**SZKOLENIA**



## **SZKOLENIA OTWARTE**

**realizowane dla branży w formacie  
stacjonarnym lub online,  
informacja o bieżących naborach  
jest zamieszczana na naszym FB**

**<https://www.facebook.com/branzakreatywna>**



## **SZKOLENIA ZAMKNIĘTE**

**realizowane dla branży w formacie  
stacjonarnym lub online- zapraszamy  
zespoły firm, organizacji  
i instytucji**

**Zapotrzebowanie prosimy zgłaszać  
na adres:**

**[kontakt@wzorzec.org](mailto:kontakt@wzorzec.org)**

# Strategie dziedzinowe i plany operacyjne

## OBSZARY TEMATYCZNE

[elementy do wyboru]

- strategie dziedzinowe a ogólna strategia rozwoju
- strategia finansowania, fundraisingu i przychodów własnych
- strategia komunikacji, marki i widoczności organizacji
- strategia rozwoju zespołu, kompetencji i współpracy
- strategia cyfryzacji, AI i usprawniania procesów
- cele, działania, wskaźniki i odpowiedzialności w planie operacyjnym
- spójność strategii dziedzinowych z realnym potencjałem organizacji

## EFEKTY

Uczestnicy nauczą się przekładać ogólną strategię organizacji na konkretne strategie dziedzinowe i plany operacyjne. Będą potrafili określić cele, działania, odpowiedzialności, harmonogramy i wskaźniki dla wybranych obszarów, takich jak finansowanie, komunikacja, zespół, cyfryzacja czy rozwój oferty.

Po szkoleniu uczestnicy będą umieli tworzyć plany, które porządkują działania organizacji, ułatwiają podejmowanie decyzji i pozwalają monitorować postępy bez mnożenia niepotrzebnych dokumentów.

Dobór zakresu materiału względem poszczególnych planów strategicznych następuje indywidualnie po rozmowie z klientem.

# Strategia fundraisingowa i finansowanie działalności organizacji

## OBSZARY TEMATYCZNE

- warunki skutecznej strategii pozyskiwania funduszy
- źródła finansowania przedsięwzięć i działalności organizacji
- zasoby organizacji potrzebne do budowania pozycji fundraisingowej
- dopasowanie finansowania do misji, odbiorców i zakresu działań
- analiza możliwości uzyskania grantów i dotacji
- aktywne sposoby finansowania działalności poza systemem dotacyjnym
- fakty i mity dotyczące pozyskiwania funduszy
- przykłady udanych i nieudanych kampanii fundraisingowych

## EFEKTY

Uczestnicy będą umieli zaprojektować realistyczną strategię fundraisingową, opartą na źródłach finansowania, zasobach i wiarygodności organizacji. Nauczą się oceniać, które formy pozyskiwania środków są możliwe do wdrożenia w ich sytuacji oraz jak łączyć granty, dotacje, partnerstwa i działania własne w spójny model finansowania.

# Komunikacja wewnętrzna w organizacji

## OBSZARY TEMATYCZNE

- praca w twórczym, różnorodnym i zadaniowym środowisku
- zasady komunikacji wewnętrznej w organizacji
- komunikacja a struktura, odpowiedzialności i obieg informacji
- najczęstsze problemy w komunikacji: przyczyny i rozwiązania
- nieformalne napięcia, niedopowiedzenia i konflikty w zespole
- manipulacja, nadużycia i przekraczanie granic w komunikacji
- komunikacja bezpośrednia: pracownik-przełożony i pracownik-pracownik
- narzędzia komunikacji zdalnej, standardy pracy i bezpieczeństwo informacji

## EFEKTY

Uczestnicy będą umieli rozpoznać przyczyny problemów komunikacyjnych w organizacji i zaproponować rozwiązania dopasowane do struktury, zespołu i sposobu pracy. Nauczą się tworzyć jasne reguły komunikacji, porządkować obieg informacji oraz wzmacniać odpowiedzialność w relacjach pracownik-przełożony i pracownik-pracownik.

Będą potrafili rozpoznawać przejawy napięć, manipulacji i nadużyć w komunikacji oraz wdrażać standardy, które zwiększają sprawność pracy zespołu, bezpieczeństwo informacji i kulturę współpracy.

# Komunikacja zewnętrzna i analizy potrzeb adresatów działań

## OBSZARY TEMATYCZNE

- analiza odbiorców organizacji, jej oferty i sposobu komunikacji
- badanie odbioru produktów, usług, wydarzeń i działań społecznych
- potrzeby, bariery, motywacje i oczekiwania adresatów
- „persony” odbiorców i segmentacja publiczności
- analiza konkurencji, alternatywnych ofert i zmian w otoczeniu
- trendy w angażowaniu publiczności i budowaniu relacji z odbiorcami
- kryteria atrakcyjności, dostępności i użyteczności oferty
- język korzyści, kanały dotarcia i punkty styku z odbiorcą
- badanie satysfakcji, informacji zwrotnej i jakości doświadczenia
- dobór prostych metod badawczych do rodzaju działań organizacji

## EFEKTY

Uczestnicy nauczą się analizować potrzeby, oczekiwania i sposób odbioru działań organizacji. Będą potrafili rozpoznać, kto faktycznie korzysta z oferty, jakie ma motywacje, bariery i kryteria wyboru oraz jak dopasować komunikację do różnych grup adresatów.

Po szkoleniu uczestnicy będą umieli dobrać proste metody badawcze, zebrać informację zwrotną i przełożyć wyniki analizy na język komunikacji, rozwój oferty oraz lepsze decyzje organizacyjne.

# Budowanie wizerunku organizacji

## OBSZARY TEMATYCZNE

- składowe wizerunku organizacji i ich wpływ na zaufanie
- analiza obecności organizacji w otoczeniu lokalnym, branżowym i cyfrowym
- rozpoznawalność, wiarygodność i spójność komunikatów organizacji
- sposób, w jaki organizację widzą odbiorcy, partnerzy i konkurencja
- metoda odkrywania prawdziwych kreatorów wizerunku organizacji
- budowanie wizerunku przez ludzi, miejsca, działania i jakość usług
- bariery wewnętrzne i zewnętrzne w projektowaniu wizerunku
- ryzyka: niespójność, przypadkowość, nadmiar deklaracji i słaba widoczność
- działania wzmacniające pozycję i postrzeganie organizacji

## EFEKTY

Uczestnicy nauczą się analizować, jak organizacja jest postrzegana przez odbiorców, partnerów, środowisko branżowe i otoczenie lokalne. Będą potrafili zidentyfikować mocne i słabe strony wizerunku oraz rozpoznać, które działania, osoby, miejsca i komunikaty realnie wpływają na odbiór organizacji.

Po szkoleniu uczestnicy będą umieli zaprojektować działania wzmacniające wiarygodność, rozpoznawalność i pozycję organizacji – bez opierania wizerunku wyłącznie na deklaracjach promocyjnych.

# AI w pracy menadżera kultury – warsztat

## OBSZARY TEMATYCZNE

- AI jako narzędzie wsparcia, a nie zastępnik decyzji menadżerskiej
- zastosowania AI w planowaniu projektów, wydarzeń i programów kulturalnych
- praca z ChatGPT, Gemini, Claude i narzędziami do analizy, tekstu, obrazu i danych
- wykorzystanie AI do diagnozy odbiorców, komunikacji i personalizacji oferty
- analiza danych z ankiet, formularzy, social mediów i systemów sprzedaży
- chatboty, asystenci AI i automatyzacja obsługi odbiorców
- tworzenie treści promocyjnych bez utraty jakości, tonu i sensu przekazu
- ryzyka AI: halucynacje, błędy, infantylizacja treści, schematyczność i banal
- prawa autorskie, źródła, dane osobowe, transparentność i zasady użycia AI
- ramy 2026: AI Act, bezpieczeństwo, odpowiedzialność i dokumentowanie pracy z AI

## EFEKTY

Uczestnicy poznają praktyczne zastosowania AI w pracy menadżera kultury: od planowania działań, analizy danych i komunikacji, po obsługę odbiorców, rozwój publiczności i tworzenie treści. Nauczą się korzystać z narzędzi AI w sposób świadomy, odpowiedzialny i dopasowany do charakteru instytucji lub organizacji.

Po warsztacie uczestnicy będą potrafili oceniać jakość wyników generowanych przez AI, rozpoznawać błędy, uproszczenia i ryzyka oraz tworzyć własne zasady korzystania z AI w pracy zespołu, komunikacji i projektach kulturalnych.

# AI w pracy menadżera kreatywnego organizacji- warsztat

## OBSZARY TEMATYCZNE

- AI jako narzędzie pracy koncepcyjnej, organizacyjnej i kreatywnej
- projektowanie pomysłów, ofert, kampanii, produktów i usług z użyciem AI
- tworzenie briefów, scenariuszy, tekstów, prezentacji, grafik i materiałów promocyjnych
- praca z narzędziami: ChatGPT, Gemini, Claude, Canva AI, Midjourney, Runway, ElevenLabs
- wykorzystanie AI do researchu, analizy trendów, konkurencji i potrzeb odbiorców
- jakość treści AI: banał, generyczność, infantylizacja, przesada i utrata tonu marki
- zagrożenia dla kontentu: powtarzalność, fałszywa eksperckość, chaos źródeł i błędy faktów
- ochrona stylu, języka, autorstwa i rozpoznawalności organizacji
- zasady redakcji, korekty, oznaczania i kontroli treści tworzonych z pomocą AI
- ramy 2026: AI Act, transparentność, prawa autorskie, dane i odpowiedzialność organizacji

## EFEKTY

Uczestnicy nauczą się wykorzystywać AI do pracy kreatywnej i menadżerskiej bez utraty jakości, sensu i rozpoznawalnego stylu organizacji. Będą potrafili projektować pomysły, treści, kampanie i materiały z użyciem AI, a jednocześnie oceniać ich przydatność, wiarygodność i zgodność z celami organizacji.

Po warsztacie uczestnicy będą umieli rozpoznawać typowe zagrożenia związane z treściami AI: infantylizację przekazu, spłaszczenie narracji, pozorną eksperckość, błędy źródłowe, powielanie schematów i utratę autorskiego charakteru komunikacji. Przygotują też podstawowe zasady odpowiedzialnej pracy z AI w organizacji.

**8/16 godzin**

# Umowy i prawa autorskie w działalności kulturalnej

## OBSZARY TEMATYCZNE

- prawa autorskie w pracy organizacji, instytucji kultury i twórców
- utwór, autorstwo, współautorstwo i korzystanie z cudzych treści
- umowa o dzieło, zlecenie, licencja i przeniesienie praw – różnice praktyczne
- pola eksploatacji, wynagrodzenie, czas, terytorium i zakres korzystania
- prawa majątkowe i osobiste – czego nie można „kupić” w umowie
- najczęstsze błędy w umowach z artystami, ekspertami i wykonawcami
- zdjęcia, grafiki, teksty, nagrania, wydarzenia, publikacje i materiały online
- prawa autorskie a projekty dotacyjne, zamówienia i produkty kultury
- AI w tworzeniu treści: autorstwo, źródła, ryzyka i odpowiedzialność organizacji
- przykłady dobrych i problematycznych zapisów umownych

## EFEKTY

Uczestnicy nauczą się rozpoznawać, jakie prawa i zobowiązania powstają przy zamawianiu utworów, usług twórczych, materiałów promocyjnych, wydarzeń i produktów kultury. Będą potrafili odróżnić umowę o dzieło, zlecenie, licencję i przeniesienie praw oraz ocenić, czy zakres umowy odpowiada rzeczywistemu sposobowi wykorzystania treści.

Po szkoleniu uczestnicy będą umieli identyfikować najczęstsze ryzyka prawno-organizacyjne: brak pól eksploatacji, niejasne autorstwo, zbyt wąski zakres licencji, nieuregulowane wykorzystanie materiałów online oraz błędy związane z treściami tworzonymi przy użyciu AI.

# Produkcja wydarzeń kulturalnych-poziom 1

## OBSZARY TEMATYCZNE

- rola producenta wydarzeń kulturalnych i zakres odpowiedzialności
- koncepcja wydarzenia: cel, odbiorcy, format, skala i miejsce realizacji
- projektowanie programu, doświadczenia uczestnika i przebiegu wydarzenia
- planowanie produkcji: harmonogram, zadania, zespół i decyzje operacyjne
- budżetowanie wydarzenia, kosztorys i priorytety finansowe
- współpraca z artystami, ekspertami, partnerami i podwykonawcami
- logistyka, technika, dostępność, bezpieczeństwo i obsługa publiczności
- komunikacja zespołu produkcyjnego i obieg informacji
- ryzyka organizacyjne, techniczne, finansowe i wizerunkowe
- dokumentacja, rozliczenie i ewaluacja wydarzenia

## EFEKTY

Uczestnicy nauczą się planować i koordynować wydarzenie kulturalne od koncepcji do rozliczenia. Będą potrafili określić cele, odbiorców, format i skalę wydarzenia, przygotować harmonogram, budżet, podział zadań oraz podstawową dokumentację produkcyjną.

Po szkoleniu uczestnicy będą umieli lepiej zarządzać zespołem, komunikacją, logistyką, ryzykiem i doświadczeniem odbiorcy, a także podejmować decyzje produkcyjne adekwatne do budżetu, miejsca, programu i możliwości organizacyjnych.

# Produkcja wydarzeń kulturalnych – poziom 2

## OBSZARY TEMATYCZNE

- produkcja wydarzeń o większej skali i złożoności organizacyjnej
- procedury współpracy z artystami, partnerami, mediami i podwykonawcami
- logistyka transportu, techniki, przestrzeni, zaplecza i obsługi publiczności
- regulacje prawne, umowy, zgody, licencje i bezpieczeństwo wydarzenia
- komunikacja produkcyjna: obieg informacji, odprawy, decyzje i odpowiedzialności
- promocja wydarzenia, dobór kanałów i współpraca z mediami
- tworzenie doświadczenia uczestnika przed, w trakcie i po wydarzeniu
- dostępność, komfort i potrzeby różnych grup odbiorców
- zarządzanie ryzykiem: opóźnienia, awarie, budżet, konflikty i sytuacje kryzysowe
- kosztorys, optymalizacja budżetu i priorytety produkcyjne
- dokumentacja, rozliczenie, ewaluacja i wnioski po wydarzeniu

## EFEKTY

Uczestnicy będą umieli zaplanować i koordynować złożone wydarzenie kulturalne z uwzględnieniem programu, budżetu, zespołu, partnerów, techniki, promocji, dostępności i ryzyk organizacyjnych.

Po szkoleniu będą potrafili podejmować decyzje produkcyjne w warunkach ograniczonych zasobów, przewidywać problemy operacyjne, zarządzać komunikacją zespołu oraz przygotować wydarzenie w sposób bezpieczny, spójny i profesjonalny.



# **Rozwój organizacji doradztwo/ analizy**

# **PRZYGOTOWANIE WNIOSKÓW DOTACYJNYCH**

## **PAKIET 1**

- konsultacja założeń i pomysłu na dotację
- **sprawdzenie napisanego przez klienta projektu oraz skorygowanie go w zakresie formalnym**
- informacja zwrotna na temat jakości materiału i ew. braków
- warsztat online dot. dot. szczegółów konkursu

## **PAKIET 2**

- konsultacja pomysłu na dotację
- sprawdzenie napisanego przez klienta projektu oraz skorygowanie go w zakresie formalnym
- **skorygowanie opisów merytorycznych, harmonogramu i budżetu pod kątem przewagi konkurencyjnej**
- informacja zwrotna na temat jakości materiału i ew. braków
- **uzupełnienie ustalonych braków**
- warsztat online dot. szczegółów konkursu

## **PAKIET 3**

- konsultacja założeń i pomysłu na dotację
- **zaproponowanie koncepcji projektu**
- **napisanie projektu**
- **zaproponowanie budżetu i harmonogramu**
- informacja zwrotna na temat jakości materiału i ew. braków
- uzupełnienie ustalonych braków
- warsztat online dot. szczegółowych założeń dedykowanych konkursów

## **PAKIET 4**

- konsultacja założeń i pomysłu na dotację
- zaproponowanie koncepcji projektu
- napisanie projektu
- zaproponowanie budżetu i harmonogramu
- informacja zwrotna na temat jakości materiału i ew. braków
- **prowadzenie całego procesu komunikacji z Operatorem**
- **negocjacja umowy dotacyjnej**
- **koordynacja administracyjna i rozliczenie projektu**
- warsztat online dot. szczegółowych założeń dedykowanych konkursów

# Audyty organizacyjny

## OBSZARY WSPARCIA

- analiza modelu funkcjonowania organizacji: struktura, role, odpowiedzialności i sposób podejmowania decyzji
- identyfikacja mocnych i słabych stron obecnych procesów zarządczych i operacyjnych
- ocena standardów pracy, obiegu informacji, komunikacji wewnętrznej i współpracy między zespołami
- diagnoza adekwatności zasobów organizacji do skali prowadzonych działań, projektów i usług
- analiza przeciążeń, luk kompetencyjnych, dublowania zadań i nieformalnych mechanizmów pracy
- ocena efektywności realizowanych projektów i ich wpływu na rozwój organizacji
- identyfikacja ryzyk organizacyjnych, finansowych, kadrowych, komunikacyjnych i wdrożeniowych
- opracowanie rekomendacji dotyczących usprawnienia struktury, procesów, podziału zadań i standardów pracy
- przygotowanie priorytetów naprawczych oraz możliwych wariantów wdrożenia zmian
- monitoring wdrożenia, konsultacje korekt i wsparcie w porządkowaniu wybranych obszarów działania

**min.1 miesiąc  
realizacyjny**

# Audyty projektów i przedsięwzięć

## OBSZARY TEMATYCZNE- zakres całościowy

- ocena jakości koncepcji, celów i założeń przedsięwzięcia
- analiza zgodności działań z potrzebami odbiorców, partnerów i otoczenia
- audyt organizacyjny: zespół, podział zadań, odpowiedzialności i procesy
- audyt komunikacyjny: widoczność, język przekazu, kanały dotarcia i odbiór projektu
- audyt finansowy: adekwatność budżetu, struktura kosztów i efektywność wydatków
- analiza harmonogramu, logiki działań, ryzyk i punktów krytycznych
- identyfikacja „szarej strefy” przedsięwzięcia: nieformalne decyzje, luki, napięcia i ukryte koszty
- ocena czynników zewnętrznych wpływających na odbiór i skuteczność projektu
- analiza przedsięwzięć konkurencyjnych, podobnych lub komplementarnych
- rekomendacje dotyczące korekt wdrożeniowych, komunikacyjnych i organizacyjnych
- monitoring zmian oraz wsparcie w porządkowaniu wybranych elementów projektu

# Wsparcie działań projektowych- obsługa dotacji

## **OBSZARY WSPARCIA- cały zakres**

- monitoring rynku dotacyjnego i dopasowanie źródeł finansowania pod kątem potrzeb instytucji/firmy
- negocjacje zakresu projektu z Operatorem (przed podpisaniem umowy)
- negocjacje zakresu projektu z Operatorem (po podpisaniu umowy: aktualizacje, aneksy)
- koordynacja administracyjna projektu/dotacji
- koordynacja finansowa- rozliczenie projektu
- monitoring i sprawozdawczość projektu
- przygotowanie treści postępowań i zamówień na potrzeby projektu
- projektowanie i proponowanie działań zabezpieczających realizację projektu
- projektowanie i wdrażanie działań naprawczych w sytuacjach projektów realizowanych/ przygotowanych przez inne firmy czy organizację samodzielnie
- wsparcie w realizacji wskaźników produktu i wskaźników rezultatu
- identyfikacja zagrożeń realizacyjnych w trakcie

**min. 4 miesiące  
projektowe**

---

## **Zapraszamy do kontaktu**

Chętnie porozmawiamy o potrzebach Państwa organizacji, instytucji lub zespołu i zaproponujemy zakres współpracy dopasowany do celu, kontekstu oraz możliwości wdrożeniowych.

**Wzorzec Consulting**

**[www.wzorzec.org](http://www.wzorzec.org)**

**[kontakt@wzorzec.org](mailto:kontakt@wzorzec.org)**

**tel. 573 856 775**

