

Szczegółowy harmonogram zadania

pn. REZYDENCJE ARTYSTYCZNE / OGRÓD SZTUK / powołanie oddziału terenowego / wsparcie działań misyjnych, rozwój instytucjonalny Fundacji Burza Mózgów

na lata 2022-2024

1. Opracowanie harmonogramu i powołanie oddziału terenowego wraz z siedzibą w Krynicy Zdroju (2022).
2. Zatrudnienie pracownika w celu wzmocnienia zespołu fundacji (2022).
3. Działania reklamowo-marketingowe w sieci, w tym w mediach społecznościowych - promocja działań statutowych Fundacji Burza Mózgów w celu wzmocnienia wizerunku fundacji (2022).
4. Podnoszenie kwalifikacji i umiejętności kadry (2022) m.in. poprzez:
 - a. systematyczne kształcenie,
 - b. udział m.in. w Międzynarodowych Targach Książki w Krakowie,
 - c. aplikowanie do certyfikatów wzmacniających wiarygodność fundacji.
5. Przygotowanie, konsultacje oraz rejestracja mająca na celu otwarcie oddziału terenowego w Krynicy Zdroju (2022).
6. Remont, modernizacja i wyposażenie misyjnego lokalu w Krynicy Zdroju (2022).
7. Wzmocnienie instytucjonalne stałej działalności - dofinansowanie oraz doposażenie biura, coroczna ewaluacja (2022).
8. Pozyskanie nowych źródeł finansowania, wdrożenie crowdsourcingu (etap MAŁOPOLSKA, 2023) przy wsparciu fundraisera:
 - a. przygotowanie planu działań do wdrożenia 5 kategorii crowdsourcingu, tj.: pooling collective knowledge, mikro wolontariat, crowd creation, crowd voting oraz crowdfunding,
 - b. wdrożenie nowego narzędzia - systemu CiviCRM,
 - c. opracowanie planu kampanii promocyjnej działań fundacji, poprzedzającej fundraising.

9. Kontynuacja remontu misyjnego lokalu w Krynicy Zdroju (2023).
10. Przygotowanie darmowych narzędzi misyjnych dla beneficjentów (2023-2024).
11. Pozyskanie nowych źródeł finansowania, wdrożenie crowdsourcingu przy wsparciu fundraisera (etap POMORZE, 2024) za pomocą tych samych działań, które wykorzystano do pozyskania dofinansowania na etapie MAŁOPOLSKA (pkt 8).
12. Kontynuacja remontu misyjnego lokalu w Krynicy Zdroju (2024).
13. Plan promocyjno-marketingowy Fundacji Burza Mózgów, produkcja gadżetów o charakterze misyjnym (2024).
14. Promocja na rzecz budowania marki fundacji oraz działania gratyfikacyjne na rzecz budowania kapitału społecznego (2024).
15. Zakończenie działań (2024):
 - a. zgromadzenie dokumentacji działań z lat 2022-2024,
 - b. ewaluacja zadania,
 - c. sprawozdanie merytoryczno-finansowe za lata 2022-2024.