



Zavsarska
Ljudska
Univerza

SEDEŽ

Trg svobode 11 a
1420 TRBOVLJE
Tel. + 386 (0)3 56 31 190
Fax.: + 386 (0)3 56 31 192

ENOTA

Grajska 2
1410 ZAGORJE OB SAVI
Tel. + 386 (0)3 56 55 120
Fax.: + 386 (0)3 56 55 130

zluni-trbovlje@guest.arnes.si
www.zlu-trbovlje.si



SVETOVALNO
SREDIŠČE
ZASAVJE

SAMOEVALVACIJSKO POROČILO O KAKOVOSTI ZA LETO 2013

Trbovlje, junij 2014

Pri pripravi Samoevalvacijskega poročila o kakovosti Svetovalnega središča Zasavje za leto 2013 so sodelovali:

1. Valentina Uran, vodja in svetovalka v Svetovalnem središču Zasavje
2. Tone Bezgovšek, direktor Zasavske ljudske univerze
3. Polona Trebušak, svetovalka v Svetovalnem središču Zasavje
4. Jadranka Simončič, svetovalka v Svetovalnem središču Zasavje
5. Mateja Pistotnik, svetovalka v Svetovalnem središču Zasavje
6. Vesna Špeglič, svetovalka v Svetovalnem središču Zasavje



VSEBINA

	POGLAVJE	STRAN
1	UVOD	4
2	METODOLOGIJA SAMOEVALVACIJE	5
2.1.	Analiza dokumentacije	7
2.2.	Zgledovalni obisk	9
3	REZULTATI	11
3.1.	Rezultati analize dokumentacije	11
3.1.1.	Prikaz rezultatov	11
3.1.1.1.	Značilnosti strank v Svetovalnem središču Zasavje	11
3.1.1.2	Demografska slika Zasavja in opredelitev prednostnih ciljnih skupin v regijskih razvojnih dokumentih	14
3.1.1.3	Primerjave podatkov	18
3.1.1.4	Obseg načrtovanja in izvajanja informiranja in promocije v Svetovalnem središču Zasavje	
3.1.2.	Ugotovitve, sklepi, zaključki	19
3.2.	Rezultati zgedovanja	20
3.2.1.	Prikaz rezultatov	
3.2.2.	Ugotovitve, sklepi, zaključki	
4	ZAKLJUČEK	31
5	LITERATURA IN VIRI	33
6	PRILOGE	35



1. UVOD

Informativno-svetovalna dejavnost, ki jo razvijamo v Svetovalnem središču Zasavje, je namenjena vsem odraslim v Zasavju. **Še posebej smo pozorni na ciljne skupine**, ki smo jih v Modelu informativno svetovalne dejavnosti za izobraževanje odraslih ISIO leta 2001 opredelili kot prednostne ciljne skupine v regiji. To so:

- **mlajši brezposelni**, ki so izstopili iz rednega sistema šolanja,
- **starejši odrasli nad 40 let**, ki se vključujejo v izobraževanje zaradi pridobitve javno-veljavne izobrazbe (da bi dobili ali ohranili zaposlitev) ter
- **odrasli v starostni skupini od 31 do 40 let**, večinoma brezposelni z nizko izobrazbeno strukturo.

Pozorni smo tudi na druge skupine, ki jih prepoznavamo kot ranljive, to so predvsem zaposleni brez-ali z nizko izobrazbeno strukturo, starejši odrasli in upokojeanci, priseljenci in invalidi.

Da bi zagotovili čim večjo dostopnost storitev svetovalnega središča vsem odraslim v regiji, še posebej pa prednostnim ciljnim skupinam, Svetovalno središče Zasavje **načrtno obvešča potencialne ciljne skupine in promovira svoje dejavnosti**.

Gospodarske in socialne razmere so se v Zasavju zadnja leta zelo spremenile. Zato smo se odločili, da v tretji samoevalvaciji kakovosti pod drobnogled vzamemo na eni strani ciljne skupine – potencialne svetovance in na podlagi spremenjenih razmer **na novo definiramo prednostne ciljne skupine**.

Na drugi strani smo želeli preveriti **ali aktivnosti informiranja in promocije**, ki jih izvajamo v svetovalnem središču, **dosežejo ciljne skupine**, ki jim je v prvi vrsti namenjena dejavnosti informiranja in svetovanja v regiji.

2. METODOLOGIJA SAMOEVALVACIJE

Za predmet samoevalvacije smo po priporočilu Andragoškega centra Slovenije v letu 2013 izbrali področje informiranja in promocije. Informiranje in promocija sta tesno vezani na ciljne skupine. Ker zadnja leta v zasavski regiji prihaja do številnih sprememb, smo kot drugo področje samoevalvacije izbrali področje potencialni svetovanci (ciljne skupine).

Področje kakovosti 1:

1 POTENCIALNI SVETOVANCI (CILJNE SKUPINE)

STANDARD KAKOVOSTI	
1.1 Svetovalno središče si prizadeva za povečanje dostopnosti svetovalnih storitev za odrasle v zvezi z izobraževanjem in učenjem ter se odziva na lokalne, regionalne in nacionalne potrebe.	
KAZALNIKI KAKOVOSTI	MERILA KAKOVOSTI
1.1.1 Poznavanje potencialnih svetovancev z vidika lokalnih, regionalnih in nacionalnih potreb.	1.1.1.1 Svetovalno središče ima v svojem modelu ISIO analizirane lokalne, regionalne in nacionalne potrebe odraslih po svetovanju.

Pri področju potencialni svetovanci smo želeli preveriti, katere ciljne skupine so z vidika dostopanja do izobraževanja odraslih v regiji najbolj ranljive oz. prednostne, ter redefinirati ciljne skupine, kot smo jih opredelili v Modelu iz leta 2001.

Področje kakovosti 2:

6 INFORMIRANJE IN PROMOCIJA

STANDARD KAKOVOSTI	
6.1 Da bi zagotovili čim večjo dostopnost storitev svetovalnega središča vsem odraslim, svetovalno središče načrtno izvaja informiranje potencialnih ciljnih skupin in promocijo njegove dejavnosti.	
KAZALNIKI KAKOVOSTI	MERILA KAKOVOSTI
6.1.3 Raznovrstnost	6.1.3.1 Svetovalno središče informira in promovira po različnih medijih (radio, časnikih, televiziji, spletu, letakih, plakatih, oglasnih deskah).



6.1.5 Regionalna zajetost	6.1.5.1 Svetovalno središče izpeljuje informiranje potencialnih ciljnih skupin in promocijo dejavnosti v celotni regiji.
---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Na področju informiranja in promocije smo želeli preveriti, kateri mediji v regiji so najuspešnejši pri promociji svetovalne dejavnosti v regiji, hkrati pa nas je zanimalo tudi, ali aktivnosti, ki jih na področju informiranja in promocije izvajamo v Svetovalnem središču Zasavje, zajamejo v se ciljne skupine v regiji.

UPORABLJENE METODE

Področje kakovosti 1:

Odločili smo se, da za samoevalvacijo področja potencialni svetovanci izberemo **metodo analize dokumentacije**, s katero smo pregledali:

- podatke o značilnostih strank Svetovalnega središča Zasavje za obdobje od 1. 1. 2011 do 31. 12. 2013, ki smo jih pridobili iz aplikacije SDSS – s tem smo pridobili podatke o tem, koliko so se ciljne skupine spremenile v primerjavi s ciljnim skupinami, ki smo jih definirali ob opredeljevanju Modela leta 2001,
- podatke o svetovalnem delu s priseljenci v Svetovalnem središču Zasavje,
- dostopne podatke o strukturi prebivalstva v regiji ter
- regijske razvojne dokumente.

Na podlagi vseh teh podatkov smo na novo opredelili ciljne skupine, ki so z vidika dostopanja do izobraževanja v regiji najbolj ranljive oz. prednostne.

Področje kakovosti 2:

Pri samoevalvaciji področja informiranja in promocije smo uporabili dve metodi. Z **metodo analize dokumentacije** smo

- pregledali dokumente Svetovalnega središča Zasavje: Letni delovni načrt ISIO za leti 2011 in 2012 ter Zbirnik promocije ISIO za leti 2011 in 2012.

Uporabili smo tudi **metodo zgledevalnega obiska**, pri čemer smo

- obiskali dve organizaciji – zanimalo so nas izkušnje in dobre prakse svetovalnega središča v drugi regiji ter sorodne organizacije, ki uspešno izvaja informiranje in promocijo (delno istih) ciljnih skupin v domači regiji.

2.1. Analiza dokumentacije

Analizo dokumentacije smo uporabili za analizo različnih dokumentov pri samoevalvaciji obeh izbranih področij.

1. ZNAČILNOSTI STRANK SVETOVALNEGA SREDIŠČA	
Da bi definirali aktualne prednostne ciljne skupine v zasavski regiji, nas je najprej zanimalo, kakšne so značilnosti strank svetovalnega središča. Analizirali smo podatke o strankah glede na spol, starost, stopnjo in smer izobrazbe ter status.	
V analizo dokumentacije smo vključili naslednje vire:	
1	Aplikacija SDSS - Spremljanje dela svetovalnih središč (http://sdss.acs.si), v kateri beležimo podatke o storitvah in strankah. Za namen samoevalvacije smo analizirali podatke za obdobje od 1. 1. 2011 do 31. 12. 2013.
2	Poročili o spremljanju dela v Svetovalnem središču Zasavje za leti 2011 in 2012.
3	Tabela s podatki o realiziranem svetovalnem delu s priseljenci v Svetovalnem središču Zasavje v letu 2012 in s podatki o oceni potreb po svetovalnem delu s priseljenci v letu 2013.
Analizo dokumentacije smo opravili:	
<p>Izbrane podatke o strankah smo iz aplikacije SDSS za posamezna leta zbrali do januarja 2014 ter jih uredili v tabele. V samoevalvacijskem načrtu smo sicer načrtovali analizo podatkov iz Aplikacije SDSS za obdobje od 1. 1. 2008 do 31. 12. 2012. Ker smo samoevalvacijo izvajali kasneje, kot smo načrtovali, smo dodali še aktualne podatke za leto 2013. Ko smo podatke zbrali, se je pokazalo, da se podatki o strankah za zadnja 3 leta nekoliko razlikujejo od starejših podatkov. Zato smo se odločili, da podatke, ki so relevantni za analizo značilnosti strank, omejimo na obdobje od 1. 1. 2011 do 31. 12. 2013.</p> <p>Ker smo za leti 2011 in 2012 podatke zbrali in pripravili podrobnejše analize tudi v Poročilih o spremljanju za posamezni leti, smo tudi rezultate iz poročil uporabili kot vir pri analizi značilnosti strank v svetovalnem središču.</p> <p>Za pričujočo analizo se nam je zdelo pomembna in uporabna tudi analiza o delu svetovalnega središča s priseljenci, ki smo jo opravili junija 2013 na podlagi vpisov v aplikacijo SDSS.</p>	

2. DEMOGRAFSKA SLIKA ZASAVJA IN OPREDELITEV PREDNOSTNIH CILJNIH SKUPIN V REGIJSKIH RAZVOJNIH DOKUMENTIH	
Da bi definirali aktualne prednostne ciljne skupine v zasavski regiji, nas je zanimalo, kako prednostne ciljne skupine opredeljuje Regionalni razvojni program za obdobje 2014-2020. Pri tem	

smo izhajali iz demografskih značilnosti regije.	
V analizo dokumentacije smo vključili naslednje vire:	
1	Regionalni razvojni program Zasavske regije za obdobje 2014-2020, osnutek z dne 30. 9. 2013, http://www.rcr-zasavje.si/si/regionalni-razvoj/priprava-rrp-2014-2020/ .
2	Podatkovni portal SI-STAT, Statistični urad RS, http://pxweb.stat.si/pxweb/dialog/statfile2.asp (19. 2. 2014).
3	Trg dela v številkah, Zavod RS za zaposlovanje, http://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah (19. 2. 2014).
4	Mesečne informacije, december 2013, letnik 20, št. 12, Zavod RS za zaposlovanje http://www.ess.gov.si/trg_dela/publicistika/mesecne_informacije .
Analizo dokumentacije smo opravili:	
<p>Osnutek Regionalnega razvojnega programa Zasavske regije za obdobje 2014-2020 smo pregledali v januarju 2014. Analizo dokumentacije smo v februarju dopolnili s pregledom podatkov, dostopnih na podatkovnem portalu SI-STAT in na spletni strani Zavoda RS za zaposlovanje. Omejili smo se na zadnje razpoložljive podatke, pri podatkih o registrirani brezposelnosti je to december 2013, podatki iz podatkovnega portala SI-STAT pa veljajo za leto 2012 oz. za 1.7.2013. Aktualne demografske podatke smo primerjali s podatki iz osnutka Regionalnega razvojnega programa zasavske regije za obdobje 2014-2020 in v analizi uporabili novejšje podatke, kadar smo z njimi razpolagali oz. kadar je bilo to smiselno.</p>	

3. OBSEG NAČRTOVANJA IN IZVAJANJA INFORMIRANJA IN PROMOCIJE V SVETOVALNEM SREDIŠČU ZASAVJE	
<p>Zanimali so nas obseg, načrtnost, pogostost in raznolikost informiranja in promocije v Svetovalnem središču Zasavje za pretekli leti. Želeli smo preveriti, ali v Svetovalnem središču znamo izkoristiti različne možnost informiranja in promocije v regiji in zajeti raznolike ciljne skupine.</p>	
V analizo dokumentacije smo vključili naslednje vire:	
1	Letni delovni načrt ISIO za leta 2011, 2012 in 2013.
2	Zbirnik objav ISIO v medijih za leta 2011, 2012 in 2013.
Analizo dokumentacije smo opravili:	
<p>Analizo dokumentacije smo opravili januarja 2014. Pregledali smo Letne delovne načrte informativno svetovalne dejavnosti za obdobje od 2011 do 2012 ter zbornika objav v medijih, v</p>	



katera beležimo medijske objave, za isto obdobje.

2.2. Zgledovalni obisk

INFORMIRANJE IN PROMOCIJA V PARTNERSKIH ORGANIZACIJAH	
Z metodo zgledovanja smo želeli preveriti izkušnje in dobre prakse svetovalnega središča v drugi regiji ter izkušnje in dobre prakse sorodne organizacije, ki uspešno izvaja informiranje in promocijo (delno istih) ciljnih skupin v domači regiji.	
Za zgledovanje smo izbrali naslednjega/e zgledovalnega/e partnerja/e:	
Zgledovalni partner 1	PRIMORSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER, Ljudska univerza Koper-Capodistria
Želeli smo preveriti, kako informiranje in promocijo izvajajo druga svetovalna središča iz mreže svetovalnih središč ISIO, pri čemer smo iskali svetovalno središče, s katerim imamo manj stikov in se precej razlikuje od našega svetovalnega središča. Odločili smo se za svetovalno središče v Kopru, ker ga slabše poznamo, saj je geografsko precej oddaljeno, poleg tega pa pokriva veliko področje (spada med večja svetovalna središča). Pričakovali smo, da bo kontrast med našim svetovalnim središčem in središče v Kopru bolje nastavlil ogledalo za samovrednotenje na področju informiranja in promocije.	
Zgledovalni partner 1	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
Drugo organizacijo, v kateri smo izvedli zgledovalni obisk, smo iskali znotraj regije. Želeli smo najti organizacijo, ki zajema iste ali podobne ciljne skupine kot naše svetovalno središče, in je hkrati aktivna na področju informiranja in promocije (ima veliko izkušenj). Pričakovali smo, da bomo s pomočjo zgledovalnega obiska dobili vpogled v možnosti informiranja in promocije v regiji.	
Vzpostavitev stika z organizacijo za zgledovanje, dogovori, usklajevanja z organizacijo za zgledovanje.	
Z obema organizacijama smo prvi stik vzpostavili preko telefona. Dogovorili smo se za termin, ki je v obeh primerih ustrezal obema organizacijama. Hkrati smo se dogovorili, da bomo nekaj dni pred obiskom zgledovalni organizaciji poslali okvirna vprašanja, o katerih smo želeli razpravljati. S tem smo organizaciji gostiteljici dali možnost, da se na obisk bolje pripravi oz. smo si zagotovili, da bomo dobili odgovore na tista vprašanja in teme, ki nas zanimajo.	
Za pogovor na zgledovalnem obisku smo pripravili naslednji instrumentarij:	1 Vprašanja za zgledovalni obisk v Primorskem svetovalnem središču Koper
	2 Vprašanja za zgledovalni obisk v Mladinskem centru

Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

	Trbovlje
Zgledovalni/e obisk/e smo izpeljali:	
<p>Zgledovalni obisk v Kopru smo izvedli 14. 6. 2013. V pogovoru je iz Svetovalnega središča Zasavje sodelovala Valentina Uran, iz Svetovalnega središča Koper pa svetovalka Tamara Kavš. Poleg njiju sta bili v razgovoru prisotni tudi Tina Strnad in Ana Granda Jakše iz Svetovalnega središča Novo mesto, ki sta istočasno izvedli zgledovalni obisk na temo uporabe pripomočkov v svetovalnih središčih.</p> <p>Mladinski center Trbovlje smo obiskali 11. 12. 2013. Iz Svetovalnega središča Zasavje sta v pogovoru sodelovali Valentina Uran in Polona Trebušak, iz Mladinskega centra Trbovlje pa Karmen Murn, direktorica in Katarina Nučič.</p>	



3. REZULTATI

3.1. Rezultati analize dokumentacije

Področje kakovosti 1:

Naslov kazalnika: 1.1.1 Poznavanje potencialnih svetovancev z vidika lokalnih, regionalnih in nacionalnih potreb.

OPIS PROBLEMA (PREDMET SAMOEVALVACIJE):

Ker je v dobrih desetih letih delovanja Svetovalnega središča Zasavje prišlo do sprememb v gospodarski in demografski podobi regije, smo se odločili, da želimo preveriti, katere ciljne skupine so z vidika dostopanja do izobraževanja odraslih v regiji najbolj ranljive oz. prednostne. Na podlagi ugotovitev smo želeli redefinirati ciljne skupine, kot smo jih opredelili v Modelu iz leta 2001.

Na tem področju želimo dosegati naslednji standard kakovosti:

1.1 Svetovalno središče si prizadeva za povečanje dostopnosti svetovalnih storitev za odrasle v zvezi z izobraževanjem in učenjem ter se odziva na lokalne, regionalne in nacionalne potrebe.

Da bi ugotovili, v kolikšni meri ta standard že dosegamo, smo se odločili, da se bomo v postopku samoevalvacije osredotočili na naslednje **samoevalvacijsko vprašanje:**

1. Katere ciljne skupine so z vidika dostopanja do izobraževanja odraslih v regiji, najbolj ranljive oz. prednostne?

Z analizo dokumentacije smo ugotovili naslednje:

Področje kakovosti 2:

Naslov kazalnika: 6.1.3 Raznovrstnost in 6.1.5 Regionalna zajetost

OPIS PROBLEMA (PREDMET SAMOEVALVACIJE):

Svetovalno središče Zasavje izvaja različne aktivnosti, s katerimi občane obvešča o možnostih brezplačnega informiranja in svetovanja. S samoevalvacijo smo želeli preveriti, ali aktivnosti informiranja in promocije, ki jih izvajamo v svetovalnem središču, dosežejo ciljne skupine, ki jim je v prvi vrsti namenjena dejavnosti informiranja in svetovanja v regiji.

Na tem področju želimo dosegati naslednji standard kakovosti:

Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

6.1 Da bi zagotovili čim večjo dostopnost storitev svetovalnega središča vsem odraslim, svetovalno središče načrtno izvaja informiranje potencialnih ciljnih skupin in promocijo njegove dejavnosti.

Da bi ugotovili, v kolikšni meri ta standard že dosegamo, smo se odločili, da se bomo v postopku samoevalvacije osredotočili na naslednja **samoevalvacijska vprašanja**:

1. Kateri mediji so najuspešnejši pri promociji svetovalne dejavnosti v regiji?
2. Ali aktivnosti informiranja in promocije svetovalnega središča Zasavje zajamejo vse ciljne skupine v regiji?

3.1.1 Prikaz podatkov

3.1.1.1. Značilnosti strank Svetovalnega središča Zasavje¹

Tabela 1: Število strank v Svetovalnem središču Zasavje za obdobje 2011 – 2013, po spolu

SPOL	SKUPAJ	
	št.	%
moški	1208	39,12
ženske	1880	60,88
skupaj	3088	100,00

Tabela 2: Starost strank v Svetovalnem središču Zasavje za obdobje 2011 – 2013, po spolu

STAROST	MOŠKI		ŽENSKE		SKUPAJ	
	št.	%	št.	%	št.	%
1-20	71	9,66	62	4,64	133	6,43
21-25	176	23,95	215	16,10	391	18,89
26-30	107	14,56	234	17,53	341	16,47
31-40	189	25,71	360	26,97	549	26,52
41-50	97	13,20	234	17,53	331	15,99
51-999	95	12,93	230	17,23	325	15,70
skupaj	735	100,00	1335	100,00	2070	100,00

¹ V tabeli 1 so prikazani podatki o vseh strankah v svetovalnem središču v obdobju 2011-2013, v tabelah 2, 3 in 4 pa so prikazani le znani podatki – neznanih podatkov v analizi nismo obravnavali.

Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

Tabela 3: Izobrazba strank v Svetovalnem središču Zasavje za obdobje 2011 – 2013, po spolu

STOPNJA IZOBRAZBE	MOŠKI		ŽENSKE		SKUPAJ	
	št.	%	št.	%	št.	%
<i>nedokončana OŠ</i>	29	3,86	20	1,46	49	2,31
<i>končana OŠ</i>	196	26,10	202	14,79	398	18,80
<i>nižja poklicna izobrazba</i>	21	2,80	16	1,17	37	1,75
<i>srednja poklicna izobrazba</i>	216	28,76	313	22,91	529	24,99
<i>srednja strokovna ali splošna izobrazba</i>	229	30,49	593	43,41	822	38,83
<i>višja/visoka izobrazba</i>	48	6,39	133	9,74	181	8,55
<i>univerzitetna izobrazba</i>	9	1,20	76	5,56	85	4,02
<i>specializacija, magisterij, doktorat</i>	3	0,40	13	0,95	16	0,76
skupaj	751	100,00	1366	93,48	2117	100,00

Tabela 4: Status strank v Svetovalnem središču Zasavje za obdobje 2011 – 2013, po spolu

STATUS	MOŠKI		ŽENSKE		SKUPAJ	
	št.	%	št.	%	št.	%
<i>zaposlen</i>	312	39,69	532	35,82	844	37,16
<i>samozaposlen</i>	18	2,29	25	1,68	43	1,89
<i>brezposeln</i>	352	44,78	682	45,93	1034	45,53
<i>upokojenec</i>	74	9,41	195	13,13	269	11,85
<i>kmet</i>	1	0,13	0	0,00	1	0,04
<i>gospodinja</i>	0	0,00	0	0,00	0	0,00
<i>dijak/študent</i>	29	3,69	51	3,43	80	3,52
<i>otroci do 15. leta</i>	0	0,00	0	0,00	0	0,00
skupaj	786	100,00	1485	100,00	2271	100,00

Tabela 5: Vsebina individualnih svetovalnih storitev v Svetovalnem središču Zasavje za obdobje 2011 – 2013

VSEBINA SVETOVANJA	SKUPAJ	
	št.	%
<i>pridobitev izobrazbe na višji stopnji</i>	925	18,11
<i>prekvalifikacija – sprememba poklica na isti stopnji</i>	385	7,01
<i>neformalne oblike izobraževanja za delo, poklic</i>	513	10,04
<i>neformalne oblike izobraževanja za osebni razvoj</i>	1089	21,32
<i>kako se učiti, pomoč – težave pri učenju</i>	100	1,96
<i>financiranje izobraževanja</i>	542	10,61
<i>pridobitev nacionalne poklicne kvalifikacije</i>	587	11,49
<i>urejanje statusnih vprašanj</i>	149	2,92
<i>opravljanje različnih izpitov</i>	200	3,92
<i>možnosti zaposlitve</i>	146	2,86
<i>drugo</i>	499	9,77
skupaj	2271	100,00



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

V obdobju od 2011 do 2013 je Svetovalno središče Zasavje obiskalo 39 % moških in 61 % žensk. Razmerje strank svetovalnega središča po spolu je že vse od začetka delovanja (2003) nekoliko v prid ženskam, vendar pa se v zadnjih letih odstotek žensk v primerjavi z moškimi povečuje.

Podatki o starostni strukturi strank svetovalnega središča kažejo, da največ strank (tako moških kot žensk) sodi v starostno skupino 31 – 40 let (26,52 %). Zelo močna pa je tudi skupina mladih do 25 let (do 20 let in 21 – 25 let: skupaj 25,32 %), pri čemer ugotavljamo, da v tej starostni skupini moški dosegajo višji rezultat (33,61 %), kar pomeni, da svetovalno središče obišče več mladih moških, kot žensk. Ženske na drugi strani dosegajo višji rezultat v starostni skupini nad 41 let (41 – 50 let in nad 51 let: skupaj 34,76 %).

Podatki o izobrazbi kažejo, da ima največ strank, ki obiščejo svetovalno središče, srednjo strokovno ali splošno izobrazbo (38,83 %) in srednjo poklicno izobrazbo (24,99 %). Petina strank ima dokončano le osnovno ali celo nedokončano osnovno šolo (21,11 %). Ob tem je potrebno poudariti, da svetovalno središče pogosteje obiščejo moški z nižjo izobrazbo (dokončana ali nedokončana OŠ: skupaj 29,96 %), medtem ko je izobrazba žensk v primerjavi z moškimi v povprečju višja.

V triletnem obdobju je med strankami svetovalnega središča največ brezposelnih oseb (45,53 %). Sledijo jim zaposleni (37,16 %) in upokojenci (11,85 %). V strukturi moških strank je nekoliko več zaposlenih in manj upokojencev, pri ženskah pa ravno obratno.

Na koncu so nas zanimali tudi podatki o vsebini svetovanja. Ugotovili smo, da se največkrat pojavljajo vprašanja v povezavi z neformalnimi oblikami izobraževanja (za osebni razvoj in za delo: skupaj 31,36 %) in vprašanja v povezavi s pridobitvijo izobrazbe (nadaljevanje izobraževanja na stopnji, višji od dosežene, in prekvalifikacije: skupaj 25,12 %). Omeniti velja še vprašanja, povezana z nacionalnimi poklicnimi kvalifikacijami (11,49 %). Razmerja po spolu pri podatku o vsebini svetovanja nimamo.

Zanimivi za pričujočo analizo so tudi podatki o priseljencih, ki smo jih junija 2013 opravili z analizo vpisov v aplikacijo SDSS. Ob pregledu podatkov za leto 2012 smo ugotovili, da je bilo 12 % strank priseljencev.

3.1.1.2. Demografska slika Zasavja in opredelitev prednostnih ciljnih skupin v regijskih razvojnih dokumentih

Osnutek Regionalnega razvojnega programa Zasavske regije za obdobje 2014 – 2020 že v uvodu izpostavi, da preobrazbo zasavske regije iz industrijske v neko drugačno regijo spremlja vrsta težav, ki so povezane s staro industrijsko strukturo, neugodno demografsko podobo z visoko brezposelnostjo, pokrajinsko degradacijskimi procesi ter onesnaženim okoljem². Za nas so predvsem zanimivi **podatki o demografski podobi regije in stopnji brezposelnosti**, ki jih delno povzemamo iz osnutka RRP, delno

² RRP, stran 6.

Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

pa iz novejših demografskih podatkov Statističnega urada RS³ in podatkov o brezposelnosti Zavoda RS za zaposlovanje⁴. Vsi podatki se na nanašajo na obdobje 2010-2013:

- Julija 2013 je bilo v treh zasavskih občinah 43.341 prebivalcev, kar pomeni, da je med dvanajstimi statističnimi regijami v Sloveniji **Zasavska regija najmanjša**.⁵
- Glede na površino regije (264 km²) je Zasavje **druga najgosteje poseljena regija**, pri čemer je prebivalstvo skoncentrirano v urbanih središčih.⁶
- **Število prebivalstva v regiji upada hitreje kot v drugih regijah** in znaša - 6,7 % . Med leti 2007-2012 se je število prebivalcev zmanjšalo za 3,2 %. Upadanje prebivalstva je posledica⁷:
 - **negativnega naravnega prirasta**, ki znaša – 1,7 % in je drugi najnižji v državi in
 - **negativnega selitvenega prirasta**, ki znaša – 6,2 % in je najbolj negativen med vsemi regijami v Sloveniji. Prebivalstvo se izseljuje zaradi pomanjkanja zaposlitvenih možnosti v regiji. Večina migracij poteka znotraj Slovenije, v smer Ljubljane ali Celja, s Svetovalnem središču Zasavje pa v zadnjem letu zaznavamo tudi trend vse pogostejših migracij v tujino.
- Povprečna starost v regiji je za 1,7 let višja od slovenskega povprečja, zato je tudi **indeks staranja** za 29 indeksnih točk **višji od slovenskega povprečja**.⁸
- **Izobrazbena struktura** v regiji je **slabša od slovenskega povprečja**. Problematično je zlasti dejstvo, da je v Zasavju višji delež prebivalcev z največ osnovnošolsko izobrazbo ali manj, na drugi strani pa je delež prebivalcev z višjo- in visokošolsko izobrazbo nižji. Razmerje v izobrazbeni strukturi velja tako za zaposlene, kot tudi za brezposelne. Odstotek študentov iz regije je sicer nad slovenskim povprečjem, vendar primernih zaposlitev za diplomante v regiji ni, zato so le-ti prisiljeni v migracije.⁹
- **Stopnja registrirane brezposelnosti** od izbruha gospodarske krize leta 2008 dalje hitro narašča. Konec decembra 2013 je bilo v regiji 3.352 brezposelnih oseb, **indeks brezposelnosti** je konec novembra 2013 znašal 15,1 in je **tretji najvišji v državi**. Povprečni indeks brezposelnosti v Sloveniji je bil 13. Brezposelnost v Zasavju se je od konca 2012 zvišala za 1 indeksno točko in se bo tudi v nadaljevanju verjetno še zviševala, glede na stanje v nekaterih podjetjih. Glede na

³ Podatkovni portal SI-STAT, demografsko in socialno področje:

<http://pxweb.stat.si/pxweb/dialog/statfile2.asp>

⁴ http://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah,

http://www.ess.gov.si/trg_dela/publicistika/mesecne_informacije

⁵ Podatkovni portal SI-STAT, demografsko in socialno področje:

<http://pxweb.stat.si/pxweb/dialog/statfile2.asp>

⁶ RRP, stran 27.

⁷ RRP, stran 27-28.

⁸ Podatkovni portal SI-STAT, demografsko in socialno področje:

<http://pxweb.stat.si/pxweb/dialog/statfile2.asp>

⁹ Podatkovni portal SI-STAT, demografsko in socialno področje:

<http://pxweb.stat.si/pxweb/dialog/statfile2.asp>



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

kategorije registriranih brezposelnih v Zasavju od slovenskega povprečja negativno odstopajo predvsem **mladi do 25 let in iskalci prve zaposlitve ter dolgotrajno brezposelni**. Stopnja brezposelnosti je posebej kritična v Trbovljah in Hrastniku.¹⁰

- V regiji je bilo konec decembra 2012 sicer 16.045 zaposlenih (po občini prebivališča), kar predstavlja 36,88 % delovno aktivnih prebivalcev (v primerjavi s slovenskim povprečjem, ki znaša 38,51 %). Glede na občino zaposlitve je bilo decembra 2012 v Zasavju 11.332 zaposlenih, kar pomeni, da je v regiji najmanj 30 % zaposlenih prisiljenih v **dnevno delovno migracijo**, večinoma na relaciji Ljubljana – Celje.¹¹
- **Bruto domači proizvod** na prebivalca je leta 2010 **krepro zaostajal za slovenskim povprečjem** oz. je prehitel le pomursko regijo.¹²

Ključni regionalni razvojni potenciali, prednosti in priložnosti, kot tudi ovire in nevarnosti, so predstavljeni v SWOT analizi, pri čemer smo odebili tiste ugotovitve, ki so najpomembnejše z vidika razvoja človeškega kapitala.¹³

<p>Prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ugodna geografska lega regije in bližina centrov (z vidika možnosti izobraževanja) • relativno velik odstotek študentov • obstoj osnovnega podpornega okolja za razvoj podjetništva in uveljavljena regionalna razvojna institucija • kadrovski potencial v regiji – mladi diplomanti in strokovnjaki, izkušeni kader v dejavnostih, ki so tradicionalno prisotne v regiji (energetika, strojništvo, steklarstvo, kemična industrija) • naravni viri (ohranjenost podeželja, gozd, vodni viri) • železnica na ozemlju vseh zasavskih občin • razvita energetska infrastruktura in ogrodje plinovodnega omrežja ter omrežje daljinskega ogrevanja • relativna bližina avtoceste 	<p>Slabosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • odliv prebivalstva iz regije • staranje prebivalstva • visoka onesnaženost zraka • velika degradirana območja na površini zaradi rudarjenja • odliv visoko izobraženih kadrov • pomanjkanje kvalitetnih, visoko zahtevnih in ustrezno plačanih delovnih mest • slabe cestne povezave • prenizka vlaganja v raziskave in razvoj • prepočasno nastajanje novih produktov v vseh dejavnostih • premajhna prepoznavnost regije • premajhna ozaveščenost, izobraženost o pomenu varovanja okolja, povezano s preventivnimi ukrepi za zdravje in počutje ljudi in nepripravljenost za spreminjanje vedenjskih navad
<p>Priložnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • prestrukturiranje regije • z večjim vlaganjem v razvojno raziskovalni kader in tehnološki razvoj okrepiti gospodarsko moč regije • z revitalizacijo degradiranih površin pridobiti 	<p>Nevarnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bližina velikih centrov in nevarnost nadaljnega bega možganov iz regije • nadaljnja neugodna demografska gibanja v regiji – odliv aktivnega dela prebivalstva in starega prebivalstva

¹⁰ http://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah_
http://www.ess.gov.si/trg_dela/publicistika/mesecne_informacije

¹¹ Podatkovni portal SI-STAT, demografsko in socialno področje:
<http://pxweb.stat.si/pxweb/dialog/statfile2.asp>

¹² RRP, stran 27.

¹³ RRP, stran 46.



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

<ul style="list-style-type: none"> • nove površine (Greenfield) za možna vlaganja • zaposlitev brezposelnih mladih strokovnjakov • izkoriščanje naravnih potencialov, kulturne in zgodovinske dediščine • s pospešenim uvajanjem dopolnilnih dejavnosti ustvarjati nova delovna mesta tudi na podeželju • z pospešenim razvojem podjetništva ustvarjati nova kvalitetna delovna mesta 	<ul style="list-style-type: none"> • nadaljnje zmanjševanje kmetijstva kot ključnega ohranjevalca sonaravnega okolja in poseljenosti podeželja • nesoglasja vodilnih struktur v regiji glede razvojnih prioritet v regiji (energetika, ekologija, kmetijstvo, turizem) • zakoreninjena »rudarska« - industrijska miselnost in nepripravljenost za spremembe
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Razvojni cilji regije za obdobje 2014 – 2020 so predvsem:

- dvig konkurenčnosti in inovacijskega potenciala slovenskega gospodarstva,
- zviševanje stopnje zaposlenosti moških in žensk, predvsem v ključnih ciljnih skupinah (mladi, starejši, dolgotrajno brezposelni),
- doseganje nacionalnih ciljev na področju podnebno energetskega paketa in
- zmanjševanje števila oseb, ki se soočajo z visokim tveganjem revščine in socialne izključenosti.¹⁴

Za uresničitev ciljev RRP predvideva različne ukrepe za dvig konkurenčnosti gospodarstva, razvoj trajnostnega turizma, izboljšave na področju okolja, zdravja, prostora in infrastruktura ter razvoj podeželja. Za nas so pomembni predvsem **ukrepi na področju razvoja človeškega kapitala:**

1. **Zasavje kot kulturna in kreativna družba:** predvidena je ustanovitev regijskega kreativnega grozda, da se bo s pomočjo kulturne in kreativne industrije za prihodnje generacije ohranjal otipljivi in neotipljivi kulturni kapital regije.
2. **Zaposlovanje:** zaposlovanje se bo spodbujalo z aktivno politiko zaposlovanja, nadaljevanjem projekta Podjetno v svet podjetništva (do 2020 vključenih 420 mladih), spodbujanjem podjetništva, odpiranjem novih delovnih mest z razvojem turizma, ter razvojem karierno razvojnega modela, ki bo omogočal večjo usklajenost med ponudbo in povpraševanjem na trgu dela, razvijanje modela načrtovanja kompetenc in potreb po kadrih ter omogočanje boljše usposobljenosti in aktivacije iskalcev zaposlitve.
3. **Mladi:** podpora mladim za vstop na trg dela, tudi s pomočjo ukrepov na nacionalnem nivoju (Jamstvo za mlade) in projektov Mladinskega centra Trbovlje in drugih.
4. **Socialna vključenost in zmanjševanje tveganja revščine:** ukrepi za aktivacijo socialno izključenih ranljivih skupin, aktivacija prejemnikov socialnih pomoči na trg dela (APZ in drugi programi), posebna skrb namenjena odraslim (oskrba v domovih in na domu).
5. **Skrb za zdravje prebivalstva:** različni ukrepi za izboljšanje kvalitete zdravja in življenja v Zasavju.

¹⁴ RRP, stran 51.

6. **Razvoj in spodbujanje vseživljenjskega učenja:** s pomočjo Centra vseživljenjskega učenja zagotoviti karierno svetovalno dejavnost, ugotavljanje in vrednotenje neformalno pridobljenih znanj ter neformalno učenje in izobraževanje odraslih in mladine.

3.1.1.3. Primerjave podatkov

Za konec smo želeli primerjati nekatere podatke, da bi ugotovili, ali v Svetovalnem središču zajamemo ciljne skupine, ki so prednostne z vidika dostopanja do svetovanja in izobraževanja. V primerjavo smo vključili podatke za:

- stranke v Svetovalnem središču Zasavje 2011-2013
- prebivalstvo konec 2012 (podatkovni portal SI-STAT, SURS)
- brezposelne (http://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah)

Tabela 6: Primerjava demografskih podatkov: spol

SPOL	STRANKE SVETOVALNEGA SREDIŠČA ZASAVJE	PREBIVALSTVO NAD 15 LET: SI- STAT	BREZPOSELNI
	%		
moški	39,12	48,50	51,79
ženske	60,88	51,50	48,21

Razmerje odraslih prebivalcev (nad 15 let) po spolu je v Zasavju dokaj enakomerno porazdeljeno. Odstotek žensk je nekoliko višji kot odstotek moških. Med registriranimi brezposelnimi je razmerje obrnjeno, delež brezposelnih moških je višji od deleža brezposelnih žensk. V Svetovalnem središču pa smo obravnavali več žensk kot moških, kar pripisujemo dejstvu, da so ženske bolj motivirane za iskanje pomoči in učenje.

Tabela 7: Primerjava demografskih podatkov: starost

STAROST	STRANKE SVETOVALNEGA SREDIŠČA ZASAVJE	PREBIVALSTVO NAD 15 LET: SI-STAT	BREZPOSELNI
	%		
do 29/30 let	41,79	19,80	31,12
30/31 – 49/50 let	42,51	32,87	42,18
nad 50/51 let	15,70	47,33	26,70

Skoraj 85 % strank, ki smo jih obravnavali v Svetovalnem središču Zasavje, je bilo mlajših od 50 let, dobrih 15 % pa starejših. Med brezposelnimi je delež starejših nekoliko višji (skoraj 27 %), odstotek odraslih nad 15 let v regiji, ki so starejši od 50 let, pa znaša skoraj 50 % (delež starejših med 50 in 65 let znaša 26,51 % in se ujema z deležem brezposelnih starejših).

Ugotavljamo, da sta deleža starejših odraslih nad 15 let v regiji in starejših brezposelnih višja od deleža starejših, ki smo jih obravnavali v Svetovalnem središču Zasavje.

Tabela 8: Primerjava demografskih podatkov: izobrazba

STOPNJA IZOBRAZBE	STRANKE SVETOVALNEGA SREDIŠČA ZASAVJE	DELOVNO AKTIVNI ODRASLI: SI-STAT	BREZPOSELNI
	%		
<i>največ osnovna šola</i>	21,11	13,99	37,17
<i>nižja in srednja poklicna izobrazba</i>	26,74	60,84	22,11
<i>srednja splošna in strokovna izobrazba</i>	38,83		28,70
<i>višja izobrazba ali več</i>	13,33	25,17	12,02

Med delovno aktivnim prebivalstvom ima dobrih 60 % pridobljeno poklicno, splošno ali strokovno izobrazbo, dobrih 25 % jih je zaključilo študij, 14 % prebivalcev pa ima zaključeno največ osnovno šolo. Med brezposelnimi je slika nekoliko drugačna. Odraslih s srednjo izobrazbo je dobrih 50 %, takšnih s končanim študijem je manj, le 12 % (kar pomeni, da izobrazba pozitivno vpliva na zaposlitev), medtem ko je med brezposelnimi 37 % takšnih, ki imajo končano največ osnovno šolo.

Med strankami Svetovalnega središča Zasavje je bilo več kot 60 % takšnih s končano srednjo izobrazbo, kar ustreza tako odstotku vseh aktivnih odraslih, kot tudi posebej brezposelnih. Prav tako smo svetovali le 13 % odraslih s končanim študijem in 21 % odraslih s končano največ osnovno šolo. Podatki kažejo, da smo v Svetovalnem središču dobro zajeli populacijo z nizko izobrazbo, kljub temu pa je delež odraslih z nizko izobrazbo med brezposelnimi izredno velik, na kar bomo v prihodnje pozorni.

Tabela 9: Primerjava demografskih podatkov: status

STATUS	STRANKE SVETOVALNEGA SREDIŠČA ZASAVJE	DELOVNO AKTIVNI ODRASLI: SI-STAT
	%	
<i>zaposleni</i>	39,09	43,70
<i>brezposelni</i>	45,53	7,03 (12,19) ¹⁵
<i>upokojenci</i>	11,85	35,13
<i>učenci, dijaki, študentje</i>	3,52	8,97

Med prebivalstvom v regiji, starim nad 15 let, je 9 % učencev, dijakov in študentov, 44 % zaposlenih, 7 % brezposelnih (skupaj z drugimi neaktivnimi 12 %) in 35 % upokojencev.

V Svetovalnem središču Zasavje smo obravnavali manjši delež dijakov in študentov, ki imajo svetovanje zagotovljeno tudi v okviru svoje izobraževalne ustanove, približno enakemu deležu zaposlenih, razlike pa so v razmerju med brezposelnimi in upokojenci. Obravnavali smo namreč več

¹⁵ V oklepaju: skupaj brezposelni in drugi neaktivni



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

brezposelnih kot upokojencev. Delež obravnavanih brezposelnih sicer ni problematičen, smiselno pa bi bilo več energije usmeriti tudi v svetovanje starejšim in upokojemcem.

3.1.1.4. Obseg načrtovanja in izvajanja informiranja in promocije v Svetovalnem središču Zasavje

• Letni delovni načrt

V Svetovalnem središču Zasavje vsako leto pripravimo Letni delovni načrt, katerega del je tudi načrt promocijskih aktivnosti za tekoče leto. V analizo dokumentacije smo vključili Letne delovne načrte za obdobje 2011-2013. Načrt promocije vsako leto obsega pol tipkane strani (okvirno 13 alinej), v katerih naštevamo načrtovane aktivnosti. Pri tem upoštevamo načelo raznovrstnosti, saj v načrt vključujemo različne medije, ki so prisotni v Zasavju, ter načelo regionalne zajetosti, saj promocijo načrtujemo v medijih, ki teritorialno pokrivajo različne občine in so namenjeni tudi različnim ciljnim skupinam.

• Zbirnik objav v medijih

Objave v medijih v Svetovalnem središču beležimo v Zbirniku objav v medijih za tekoče leto. V analizo dokumentacije smo vključili Zbirnike objav v medijih za obdobje 2011-2013. Promocijske aktivnosti svetovalnega središča smo zbrali v spodnji tabeli:

MEDIJ	OPIS MEDIJA	OBJAVE	CILJNE SKUPINE
INTERNET	<p>Svetovalno središče Zasavje ima možnost informiranja in promocije na spletni strani Zasavske ljudske univerze http://www.zlu-trbovlje.si/ in na portalu CVŽU http://cvzu-zasavje.si/. Spletno stran oz. portal imajo oblikovan tudi vse tri zasavske občine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hrastnik: http://hrastnik.si • Trbovlje: http://www.trbovlje.si/ in • Zagorje ob Savi: http://www.zagorje.si/. <p>Poleg občinskih portalov je aktivnih še nekaj portalov, ki so namenjeni različnim ciljnim skupinam:</p> <ul style="list-style-type: none"> • http://www.erevir.si/ - spletni portal, namenjen regionalni tematiki, večinoma s področja gospodarstva in podjetništva • http://www.srcnotrbovlje.si/ - novičarski portal Občine Trbovlje • do februarja 2012 je deloval portal zasavje.org 	<ul style="list-style-type: none"> • Spletna predstavitev Svetovalnega središča Zasavje na spletni strani ZLU (podstran). • Objava novic na spletni strani ZLU: napoved dogodka Dnevi svetovalnih središč, sofinanciranje šolnin (razpis ZIP), vabilo za prostovoljce ISIO, poročanje od dogodka Dnevi svetovalnih središč. • Objava novic na portalih cvžu, erevir, zasavje.org, sr(e)čno trbovlje, občinske spletne strani: sofinanciranje šolnin (razpis ZIP), napoved dogodka dnevi svetovalnih središč. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uporabniki interneta: odrasli, ki imajo računalnik, dostop do interneta in znanje za uporabo interneta. • Ocenjujemo, da so to mladi, v precejšnji meri tudi starejši (v preteklih letih je na ZLU potekalo opismenjevanje RPO in RDO skozi projekt Dvig ravni pismenosti). • Kljub temu internet ni medij, ki bi bil dostopen vsem, predvsem ne starejšim, slabše izobraženim, ki nimajo dostopa do interneta in velikokrat tudi ne interesa za delo z računalnikom.

Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

RADIO	V Zasavju delujeta dve komercialni radijski postaji: Radio Kum Trbovlje in Radio Snoopy . Svetovalno središče se povezuje predvsem z Radiem Trbovlje, ki ima večjo pokritost in poslušljivost ter vsebinsko zajema različna področja.	<ul style="list-style-type: none"> Pogovorne oddaje na Radio Kum Trbovlje: sofinanciranja šolnin (razpis ZIP), dnevi svetovalnih središč, zaključek projekta CVŽU, predstavitev priložnosti za prostovoljce ISIO (6 gostovanj s ponovitvami oddaj). 	<ul style="list-style-type: none"> Radio Kum ima v Zasavju veliko poslušljivost. Poslušajo ga vse generacije, predvsem starejši, zaposleni na delovnem mestu... Informacije preko radia jo »minljive«, ni jih mogoče ponoviti in ponovno preveriti.
TELEVIZIJA	V Zasavju deluje lokalna TV ETV , ki omogoča objavo novic in oglasov na videostraneh. Vsako leto Zasavska ljudska univerza gostuje v pogovorni oddaji, kjer predstavimo tudi dejavnost ISIO. Poleg ETV deluje še TV Trbovlje, ki pa ima manjšo gledanost in je bolj komercialne narave.	<ul style="list-style-type: none"> Oglas na videostraneh lokalne ETV: predstavitev in vabilo v svetovalno središče, napoved dogodka dnevi svetovalnih središč, vabilo na stojnico znanja, informacija o sofinanciranju šolnin. Predstavitev svetovalne dejavnosti v pogovorni oddaji na lokalni ETV (september 2013), več ponovitev. 	<ul style="list-style-type: none"> ETV ima v Zasavju dobro gledanost, vendar so informacije, ki jih posredujemo preko tega medija manj zanimive (studijski pogovori, videooglas). Priprava drugačne oddaje je za svetovalno središče predraga. ETV spremljajo največ srednja in starejša generacija.
ČASOPIS	Na področju Zasavja izhaja nekaj tiskanih medijev: <ul style="list-style-type: none"> mesečnik Zasavc http://www.zasavc.si/: namenjen vsem Zasavčanom, pred leti zelo bran tednik vse bolj izgublja bralce tiskana izdaja Sr(e)čno Trbovlje http://www.srcnotrbovlje.si/: brezplačnik, namenjen občanom Trbovelj, izhaja 4x letno od leta 2012 Steklar: interni časopis podjetja Steklarna Hrastnik Utrip: interni časopis podjetja Eti Izlake 2014 prične izhajati nov brezplačnik Zasavski tednik http://www.zasavskitednik.si/, ki ga bodo prejemale vsa gospodinjstva v Zasavju Hrastov list http://www.hrastov-list.si/, časopis občine Hrastnik, od leta 2013 izdaja Mladinski center Hrastnik. 	<ul style="list-style-type: none"> Objava oglasov in prispevkov v časopisu Zasavc: dogodek Dnevi svetovalnih središč, sofinanciranje šolnin (ZIP). Svetovalno središče vsako leto s prispevkom sodeluje pri pripravi skupnega glasila mreže svetovalnih središč Infolsio. Glasilo delimo na stojnici znanja ob dnevu svetovalnih središč in na delavnicah in predstavitev svetovalne dejavnosti. V letu 2012 smo pripravili prispevek ob 10-letnici Svetovalnega središča Zasavje za novice ACS (slovensko in angleško različico). 	<ul style="list-style-type: none"> Tiskani časopisi v Zasavju so večinoma brezplačniki, ki jih prejmejo vsa gospodinjstva, informacije so praktično dostopne vsem občanom, vsem ciljnim skupinam.



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

<p>PROMOCIJSKO GRADIVO ISIO</p>	<p>Lastno promocijsko gradivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • zloženska ISIO Zasavje • plakat ISIO Zasavje • letak Dnevi slovenskih svetovalnih središč • predloga za powerpoint • letak Dnevi svetovalnih središč • oglasni trak Stojnica znanja <p>Promocijsko gradivo mreže:</p> <ul style="list-style-type: none"> • majice Svetovalec ISIO • priponke Svetovalec ISIO, Znanje razpira krila, 10 let ISIO • blokci ISIO • časopis Infolsio 	<ul style="list-style-type: none"> • Jeseni 2011 smo prenovili zloženko in plakat ISIO Zasavje, pri čemer smo upoštevali nekatera načela enotne grafične podobe ISIO (barve, motiv metulja, slogan). Zloženko in plakat smo distribuirali partnerskim organizacijam in drugim. • Spomladi 2014 smo dotiskali zloženko in plakat in ažurirali podatke. • Od septembra 2011 za dogodek Dnevi slovenskih svetovalnih središč natisnemo poseben letak z informacijami o stojnici znanja in drugih dogodkih. Letak je distribuiran po zasavskih gospodinjskih. • V Svetovalnem središču Zasavje nimamo urejenih info točk, za distribucijo plakatov in letakov izkoristimo različne priložnosti: delavnice in predstavitve, obiske partnerjev. • Ob predstavitev in drugih promocijskih aktivnostih, pa tudi strankam, ki obiščejo svetovalno središče, ponudimo časopis Infolsio, zloženko ISIO in blokec ISIO. • Ob odmevnejših dogodkih (dnevi Svetovalnih središč) oblečemo majico Svetovalec ISIO in priponko. • Stojnico znanja opremimo z oglasnim trakom. • Vse predstavitve, ki jih pripravimo s 	<ul style="list-style-type: none"> • Stranke ISIO, ciljne skupine različnih promocijskih dogodkov in prireditev.
-------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



		predstavitvijo v powerpointu, pripravimo na ISIO predlogi.	
PREDSTAVITVE SVETOVALNE DEJAVNOSTI	Svetovalno središče izpeljuje promocijo tudi na delavnicah in predstavitev, ki jih izvaja za različne ciljne skupine, največkrat v dogovoru z zunanjimi partnerskimi organizacijami. Svetovalno dejavnost pa predstavimo tudi ob predstavitev dejavnosti Zasavske ljudske univerze.	<ul style="list-style-type: none"> Svetovalno dejavnost redno predstavljamo na vsaki delavnici in predstavitvi, ki poteka v organizaciji Zasavske ljudske univerze ali Svetovalnega središča Zasavje. Udeležencem razdelimo tudi zloženke in Infolsio. 	<ul style="list-style-type: none"> Različne ciljne skupine, večinoma brezposelni in starejši.

Ugotavljamo, da v Svetovalnem središču pokrivamo vse vrste medijev, ki delujejo v Zasavju. Svetovalno središče razpolaga z lastnim promocijskim gradivom (zloženka, plakat) in svetovalno dejavnost promovira skozi tiskane medije, radio in TV. Informiranje in promocija potekata tudi na drugačne načine, z neposrednim svetovanjem, predvsem pa s predstavitvami dejavnosti za različne ciljne skupine. Dejavnost predstavljamo tudi na delavnicah ISIO in na predstavitev Zasavske ljudske univerze. Pri tem je nepogrešljivo sodelovanje s partnerji.

Za promocijo svetovalne dejavnosti smo najpogosteje izkoriščali različne dogodke, kot so dnevi svetovalnih središč (vsako leto) in razpis za povračilo šolnin (ZIP) 2011-2013. Ugotavljamo, da so dogodki najboljši način za promocijo dejavnosti skozi medije, saj je vsebina informacij na ta način za uporabnike bolj konkretna in privlačna.

Sredstva za promocijo svetovalne dejavnosti so omejena, zato objave pogosto povezujemo z objavami Zasavske ljudske univerze. Zadnja leta poskušamo načrtovanje promocije svetovalne dejavnosti vključevati oz. povezovati z načrtom promocije Zasavske ljudske univerze.

Ob pregledu Zbirnikov medijskih objav se je pokazalo, da beleženje vendarle ni bilo povsem dosledno. Iz zbirnikov je zaradi nesistematičnega zapisa (vključujemo različne podatke) težko pripraviti kvantitativno analizo.

3.1.2 Ugotovitve, sklepi, predlogi

Gospodarska kriza leta 2008 je Zasavje močno prizadela in vplivala tudi na demografsko podobo regije. Glavni problemi regije, kot jih razbiramo iz analize demografskih podatkov za regijo in osnutka RRP, kot tudi analize strank svetovalnega središča (2011-2013) so:

- staranje prebivalstva
- zmanjševanje števila prebivalstva, zlasti na račun odseljevanja mladih (torej delovno aktivnih prebivalcev)
- nižja izobrazbena struktura, predvsem pa neustrezna izobrazba (strukturno neskladje)



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

- pomanjkanje delovnih mest (zlasti delovnih mest za visoko izobražen kader)
- visoka brezposelnost, velik odstotek dolgotrajno brezposelnih in neustrezna izobrazbena struktura brezposelnih
- vse večja revščina in posledično socialna izključenost

Primerjava različnih podatkov je pokazala, da v svetovalnem središču zajamemo populacijo, ki je z vidika oteženega dostopanja do svetovanja in izobraževanja, ranljiva in prednostna. Na podlagi analize smo na novo definirali prednostne ciljne skupine v zasavski regiji:

- **brezposelni**, še posebej **mlajši** brezposelni (iskalci prve zaposlitve) ter **starejši** brezposelni (nad 50 let, pogosto dolgotrajno brezposelni)
- **zaposleni na slabše ovrednotenih delovnih mestih**, še posebej **starejši zaposleni** (nad 50 let)
- starejši odrasli, **upokojenci**
- **priseljenci**
- **odrasli z različnimi oviranostmi** (težave v duševnem zdravju in duševnem razvoju, slepi in slabovidni, gluhi in naglušni, delovni invalidi).

Med prednostne skupine smo uvrstili tudi priseljence, ki jih je v Zasavju še vedno veliko. Predvsem gre za državljane republik bivše Jugoslavije, ki se v Zasavju zaposlujejo v gradbeništvu in industriji. Analiza, ki smo jo opravili za leto 2012, je pokazala visok odstotek priseljencev med strankami. Ne nazadnje smo med prednostne skupine uvrstili tudi odrasle z različnimi oviranostmi. RRP o njih posebej ne govori in tudi v svetovalnem središču ugotavljamo, da odstotek strank z okvarami vida ali sluha ter drugimi fizičnimi ali duševnimi ovirami, ni velik. Vendar pa se stranke s takšnimi ovirami (če le-te niso vidne ali pa niso v kontekstu svetovalnega razgovora) običajno ne želijo izpostavljati. Zato je prepoznavanje strank iz ciljne skupine odraslih z oviranostmi, težavno. Nova aplikacija za beleženje dela in storitev, ki jo svetovalci uporabljamo z letom 2014, omogoča beleženje ranljivih ciljnih skupin, zaradi česar smo tudi svetovalci bolj pozorni na različne oviranosti.

Na drugi strani ugotavljamo, da je zasavski medijski prostor majhen. Mediji tudi ves čas spreminjajo svoj značaj, nekateri zatonejo, pojavljajo se novi mediji... Ugotavljamo, da v Svetovalnem središču dobro poznamo lokalne medije in z njimi tudi dobro sodelujemo. Ker je dejavnost informiranja in svetovanja brezplačna, mediji pogosto omogočajo brezplačne objave in gostovanja v oddajah, ne pa vedno. Mediji, ki jih za namene promocije uporablja svetovalno središče, pokrivajo različne ciljne skupine, težko pa je natančno ugotoviti, koliko občanov znotraj posamezne ciljne skupine, ki ji je nek medij namenjen, dejansko vidi in zazna informacije. Ob pregledu tudi ugotavljamo, da bi bilo smiselno okvirno načrtovanje promocije izvesti bolj konkretno, ker bi bilo na ta način tudi bolj zavezujoče. Prav tako pa bi bilo koristno prenoviti tabelo za Zbirnik objav v medijih, v katero bi sproti beležili več podatkov, predvsem pa bi bili podatki enotni.

3.2. Rezultati z gledovanja

Naslov kazalnika: 6.1.3 Raznovrstnost in 6.1.5 Regionalna zajetost

OPIS PROBLEMA (PREDMET SAMOEVALVACIJE):

Svetovalno središče Zasavje izvaja različne aktivnosti, s katerimi občane obvešča o možnostih brezplačnega informiranja in svetovanja. S samoevalvacijo smo želeli preveriti, ali aktivnosti informiranja in promocije, ki jih izvajamo v svetovalnem središču, dosežejo ciljne skupine, ki jim je v prvi vrsti namenjena dejavnosti informiranja in svetovanja v regiji.

Na tem področju želimo dosegati naslednji standard kakovosti:

6.1 Da bi zagotovili čim večjo dostopnost storitev svetovalnega središča vsem odraslim, svetovalno središče načrtno izvaja informiranje potencialnih ciljnih skupin in promocijo njegove dejavnosti.

Da bi ugotovili, v kolikšni meri ta standard že dosegamo, smo se odločili, da se bomo v postopku samoevalvacije osredotočili na naslednja **samoevalvacijska vprašanja**:

1. Kateri mediji so najuspešnejši pri promociji svetovalne dejavnosti v regiji?
2. Ali aktivnosti informiranja in promocije svetovalnega središča Zasavje zajamejo vse ciljne skupine v regiji?

3.2.1. Prikaz podatkov

Kot rečeno, smo pred zgledevalnim obiskom obema organizacijama poslali vprašanja. Vprašanja so bila zelo podobna. V Svetovalnem središču Koper je pogovor potekal od vprašanja do vprašanja, v Mladinskem centru Trbovlje pa so se manj držali vprašalnika, zato vsa vprašanja niso bila obravnavana enako podrobno.

Zgledovalno vprašanje 1:	
NAČRTOVANJE INFORMIRANJA POTENCIALNIH CILJNIH SKUPIN	
REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
Informiranje in promocijo načrtujejo, vendar ne posebej za ISIO, pač pa v celoti za ljudsko univerzo. V LDN za ISIO le okvirno opredelijo večje promocijske dogodke. Za celotno ljudsko univerzo pripravijo »mediaplan«, kamor natančno vpisujejo načrt promoviranja. Predstavitev svetovalne dejavnosti	Promocijo načrtujejo v LDN. Promocija je za njih eden od največjih izzivov. Na začetku so se ukvarjali s problemi definiranja informiranja in promocije, ko so pojme razčistili, je šlo lažje. Informiranje vidijo kot dvosmerni proces

vpletajo v vse medijske aktivnosti.	(sprejemanje in posredovanje informacij).
-------------------------------------	-------------------------------------------

Zgledovalno vprašanje 2:

KDO IZVAJA AKTIVNOSTI INFORMIRANJA IN SVETOVANJA

REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
<p>Pri promociji svetovalne dejavnosti, kot tudi širše, jih sodeluje več. Vsak pripravi tisti del, kjer je najmočnejši oz. najbolj sproščen. Vsebino medijskih objav (prispevki, oddaje, zloženka) običajno pripravi Tamara (svetovalka), na radio in TV pa gre običajno direktorica.</p> <p>Imajo info točke ljudske univerze, ki jih tedensko preveri tajnica.</p>	<p>Na začetku se je s promocijo ukvarjala Katarina, ki se je udeležila posebnega usposabljanja, se učila iz literature in znanja prenašala na druge. Trenutno se s promocijo največ ukvarja Mitja, ki ima veliko izkušenj s področja PR (iz Urada predsednika vlade). Načelno vsakemu zaposlenemu omogočijo, da dela na področjih, ki jih najbolj obvlada.</p> <p>Dogodke načelno načrtuje vsak sam zase, potem pa jih doreče s PR-ovci.</p> <p>Pri informiranju in promociji si veliko pomagajo s mrežo mladinskih centrov MAMA in drugimi MC-ji.</p>

Zgledovalno vprašanje 3:

ZAGOTAVLJANJE SREDSTEV ZA INFORMIRANJE IN PROMOCIJO

REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
<p>Sredstva za promocijo so planirana v okviru CVŽU, posebej za ISIO ne. Svetovalka lahko predlaga promocijsko aktivnost, ne odloča pa samostojno.</p>	<p>Vprašanje ni bilo obravnavano posebej – sredstva za promocijo so zagotovljena v okviru projektov.</p>

Zgledovalno vprašanje 4:

BELEŽENJE AKTIVNOSTI INFORMIRANJA IN SVETOVANJA

REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
<p>Evidenco medijskih objav vodi zaposlena za celotno ljudsko univerzo. Ko Tamara potrebuje podatke za poročilo, jih dobi iz te tabele. Dogodke sporočajo tudi tajnici, ki vodi kroniko.</p>	<p>Promocijske objave beležijo oz. shranjujejo v arhivih (do zdaj jih imajo 7), predvsem zaradi referenc pri prijavih na razpise.</p> <p>Objav na spletu ne arhivirajo in beležijo, ker jih je preveč.</p>



Zgledovalno vprašanje 5:	
STALNE OBLIKE INFORMIRANJA	
REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
<ul style="list-style-type: none"> • info točke v knjižnicah • spletna stran ljudske univerze in ISIO • facebook • twitter (novost) 	Odgovor združen z najučinkovitejšimi mediji.

Zgledovalno vprašanje 6:	
NAJUČINKOVITEJŠI MEDIJI PRI INFORMIRANJU RANLJIVIH CILJNIH SKUPIN	
REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
<p>Pred leti so na ljudski univerzi naredili analizo medijev v lokalnem okolju in ugotovili, da so med občani bolj priljubljeni komercialni mediji, kot »resnejši« mediji. Zato so temu prilagodili tudi svojo promocijo. Pri izbiri medijev se poslužujejo intuicije, niso prepričani, da zajamejo prave ciljne skupine. Učinkovita sta (povečano število strank po objavah):</p> <ul style="list-style-type: none"> • radio Capris (komercialni radio) • facebook (cilja na mlajše) 	<p>S predstavnicama Mladinskega centra smo se obširno pogovarjali o njihovih izkušnjah z lokalnimi oz. razpoložljivimi mediji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plakatiranje: pred leti so ogromno plakatirali, potem so ugotovili, da so stroški previsoki, učinek majhen. V novih prostorih plakatirajo na svojih oglasnih tablah, priložnostno tudi v šolah, knjižnicah, vrtcih, zdravstvenih domovih..., plakatiranja pa ne plačujejo več. • Facebook: so zelo aktivni, imajo 3 različne profile (novice prilagodijo profilom, če bi bilo vse na enem mestu, bi bilo preveč). Na Facebook so šli zato, da se pokažejo navzven. Na začetku so objavljali zelo osebne stvari, da so bile mladim bolj zanimive, zdaj je takšnih objav morda le še 1/3, ostalo je promocija dejavnosti. • Twitter: imajo profil, uporabljali so ga v okviru enega festivala, načelno pa jim medij ni všeč, ker njihovo poslanstvo ni posredovanje mnenj, pač pa spodbujanje mladih, da si ustvarijo svoje mnenje. • Spletna stran: objavljajo svoje informacije in informacije drugih organizacij, če so povezane z mladimi • Zasavc: 1x mesečno zapolnijo stran, 2-3x so se odločili za posebno prilogo (letak). • Sr(e)čno Trbovlje: redno objavljajo novice. • ETV: teleteksta ne objavljajo več, saj so ugotovili, da ni učinka.



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

	<ul style="list-style-type: none"> • TV Trbovlje: ni učinkovit. • Radio Kum Trbovlje: z njimi imajo sklenjeno pogodbo, po kateri imajo zagotovljenih 5-6 objav mesečno. Pred leti je na Radiu deloval Mladinski val, preko katerega so plasirali svoje informacije. • portala Mlad.si in Firbc.si: prvega ureja Urad za mladino, preko njega izvajajo promocijo mladinskega dela; drugega urejajo sami od leta 2010 – na njem mladi producirajo informacije za mlade (informacije iz okolja prenesejo v jezik, ki jim je blizu in jih objavijo, izvajajo tudi raziskovalno novinarstvo in pripravljajo avtorske prispevke – na regijskem portalu dela ekipa mladih prostovoljcev z mentorjem novinarjem). • Letake pripravijo le, ko gre za aktivnosti, ki trjajo dlje časa. • Vodnik za mlade: vsako leto pripravijo koledarček s koristnimi informacijami za mlade. • Socialne mreže: pred leti so naredili mini raziskavo, ki je pokazala, da je najuspešnejša promocija od ust do ust. • Zgledovalno učenje: z njim imajo dobre izkušnje - prikažejo primere dobrih in uspešnih posameznikov ali projektov (zglede vlečejo). • Partnersko sodelovanje: še posebej, ko delajo s starejšo populacijo, se povezujejo z ustanovami in društvi. • Ulično delo: učinkovita promocija na javnih mestih (tržnica ob sredah, točke, kjer se zadržuje ciljna skupina). • Direkten prenos dogodka (stream): npr. okrogle mize, na njihovi spletni strani. <p>Ugotavljajo, da se je njihov status spremenil, ko so se pred leti preselili v nove prostore sredi mesta (zgradili s pomočjo ESS sredstev, prostor vključuje tudi hostel). So bolj prepoznavni, več veljajo.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Zgledovalno vprašanje 7

PRILAGAJANJE VSEBINE INFORMACIJ GLEDE NA CILJNE SKUPINE

REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
Ena od zaposlenih je novinarka in ima strokovno	Poskušajo se prilagajati ciljnim skupinam in biti tam, kjer so le-te. Npr. srednješolci so veliko na internetu,



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

znanje, veliko pa uporabljajo intuicijo.	sicer pa so neodzivni, ker so obremenjeni s šolo, ne prihajajo na prireditve, zato za njih objavljajo na internetu. Študentov med tednom ni, pridejo ob vikendih, zato pripravljajo dogodke ob vikendih...
------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Zgledovalno vprašanje 8:	
TEŽAVE PRI IZVAJANJU INFORMIRANJA IN PROMOCIJE	
REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
Zavedajo se, da bi na področju promocije lahko naredili več...	Odgovor del odgovora na 6. vprašanje.

Zgledovalno vprašanje 9:	
NA KATERE PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI SO NAJBOLJ PONOSNI	
REGIJSKO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER	MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
<ul style="list-style-type: none"> spletna stran: vanjo so vložili veliko truda facebook in twitter: so zadovoljni, ker so ju vzpostavili koncert: organizirali so ga pred leti v okviru dogodka dnevi svetovalnih središč. Organizacijsko in finančno je bil to velik zalogaj, pridobili so veliko sponzorjev. 	Odgovor del odgovora na 6. vprašanje.

3.4.2. Ugotovitve, sklepi, predlogi

Za namene samoevalvacije kakovosti smo opravili dva zgledovalna obiska.

Najprej smo obiskali Regijsko svetovalno središče Koper, ki deluje po podobnih principih kot Svetovalno središče Zasavje, za podobno ciljno skupino, vendar pa v drugačni regiji in v drugačnem institucionalnem okviru (Ljudska univerza Koper). Največ pozornosti je pritegnila praksa, ki se razlikuje od prakse v našem svetovalnem središču, saj je informiranje in promocija svetovalnega središča v Kopru tesno povezana in odvisna od promocije celotne ljudske univerze (skupno načrtovanje, skupno izvajanje, skupno beleženje objav). Koristne pa so se nam zdele tudi informacije o učinkovitih promocijskih aktivnostih.



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

Za drugega partnerja zgledovalnega obiska smo izbrali Mladinski center Trbovlje, ki deluje v istem okolju in je v lokalnem medijskem prostoru zelo prisoten in opazen. Ciljna skupina mladinskega centra (mladi od 15 do 30 let), se delno pokriva s ciljno skupino svetovalnega središča, sicer pa se tudi v mladinskem centru usmerjajo na starejše od 30 let, saj ugotavljajo, da imajo odrasli po 30. letu podobne težave kot pred tem.

Obisk v Mladinskem centru je bil za nas zelo koristen in uporaben tudi z vidika krepitev odnosov s partnerskimi organizacijami. Najbolj koristen del obiska je bil za nas pogovor o lokalnih medijih in o izkušnjah mladinskega centra z njimi, saj jih lahko prenesemo v našo prakso. Izkušnje mladinskega centra so v nekaterih obrisih podobne našim, vendar pa so na področju promocije zagotovo bolj aktivni in podjetni. Nekatere njihove izkušnje nam lahko služijo kot potrditev našim opažanjem. To predvsem velja za neučinkovitost plakatiranja in promocije v lokalnih TV postajah... Druge njihove izkušnje pa nam odpirajo možnosti za nove aktivnosti. Predvsem razmislite o prilagajanju in sledenju ciljnim skupinam, promocija skozi zglede, dobre primere, razmislite o uporabi socialnih omrežij...



4. ZAKLJUČEK

V Svetovalnem središču Zasavje smo se odločili, da za predmet tretje samoevalvacije izberemo področji, ki ju doslej v samoevalvaciji še nismo obravnavali: področje potencialni udeleženci (ciljne skupine) in področje informiranja in promocije. Ker se ekonomska in demografska podoba Zasavja po gospodarski krizi spreminja, smo želeli na novo definirati prednostne ciljne skupine v svetovalnem središču ter ugotoviti, ali aktivnosti informiranja in promocije svetovalnega središča dosežejo različne ciljne skupine v regiji.

Samoevalvacijo smo delno izvedli z analizo dokumentacije, delno pa z zgledevalnim obiskom v dveh ustanovah. Dokumentacija, ki smo jo analizirali, je bila zelo obsežna, pridobili pa smo sveže podatke o demografski podobi regije in iz nje izpeljali prednostne ciljne skupine, ki se nekoliko razlikujejo od definiranih prednostnih skupin leta 2001. Z metodo zgledevanja smo obiskali svetovalno središče iz mreže ISIO v Kopru in eno od partnerskih ustanov iz lokalne mreže partnerjev. Oba obiska sta bila za svetovalno središče koristna in uporabna, saj smo dobili informacije o tem, kako aktivnosti informiranja in promocije izvajajo organizacije, ki pokrivajo podobne ciljne skupine kot naše svetovalno središče.

Definiranje prednostnih ciljnih skupin v regiji

Svetovalno središče Zasavje ponuja brezplačno informiranje in svetovanje v izobraževanju odraslih za vse odrasle v regiji, še posebej pa smo pozorni na prednostne ciljne skupine. Te smo definirali v Modelu iz leta 2001, kasneje smo prednostne skupine prilagajali trenutnim situacijam in parcialnim informacijam. Na podlagi aktivnosti v samoevalvaciji kakovosti iz leta 2013 smo na novo definirali **aktualne prednostne ciljne skupine v regiji**. To so:

- **brezposelni**, še posebej **mlajši** brezposelni (iskalci prve zaposlitve) ter **starejši** brezposelni (nad 50 let, pogosto dolgotrajno brezposelni)
- **zaposleni na slabše ovrednotenih delovnih mestih**, še posebej **starejši zaposleni** (nad 50 let)
- starejši odrasli, **upokojenci**
- **priseljenci**
- **odrasli z različnimi oviranostmi** (težave v duševnem zdravju in duševnem razvoju, slepi in slabovidni, gluhi in naglušni, delovni invalidi).

Prve tri ciljne skupine smo izpeljali iz rezultatov analize dokumentacije tako strank svetovalnega središča kot tudi aktualnih demografskih podatkov in osnutka RRP. Četrto ciljno skupino smo določili na podlagi analize dokumentacije v svetovalnem središču, medtem ko za peto ciljno skupino podatkov v analizi dokumentacije nismo imeli, vendar smatramo, da gre za ciljno skupino, ki potrebuje posebno pozornost, pa četudi ni številčna in ni posebej omenjena v regionalnih razvojnih dokumentih.

Redefiniranje ciljnih skupin nam bo v pomoč pri načrtovanju aktivnosti svetovalnega središča ter izvajanje dejavnosti informiranja in svetovanja v regiji.

Informiranje in promocija svetovalne dejavnosti ciljnim skupinam

Svetovalno središče Zasavje izvaja različne aktivnosti, s katerimi obvešča odrasle v regiji o možnostih brezplačnega informiranja in svetovanja.

Na podlagi analize dokumentacije in obeh zgledovalnih obiskov ugotavljamo, da v Svetovalnem središču letno pripravimo okvirni načrt promocije, promocijo prilagajamo situaciji in možnostim ter objave in aktivnosti beležimo v Zbirniku objav v medijih. Dobro poznamo lokalni medijski prostor in z mediji dobro sodelujemo. Finančni viri za promocijo so omejeni, zato za promocijo izkoristimo vse priložnosti. Promocijo vežemo na različne odmevnejše dogodke, vendar teh ni veliko. Aktivnosti informiranja in promocije so raznovrstne in z njimi dosežemo različne ciljne skupine.

Predvsem z zgledovalnima obiskoma smo si nastavili ogledalo, v katerem smo videli tudi možnosti za različne izboljšave področja:

- Načrtovanje, izvajanje in beleženje aktivnosti promocije bi lahko še bolj uskladili z ljudsko univerzo kot nosilko regijske svetovalne dejavnosti.
- Načrt promocije, ki je del Letnega delovnega načrta, je zelo okvirni. Načrt promocije bi lahko bolj podrobno razdelali.
- Beleženje objav v Zbirnik morda ni bilo najbolj dosledno. Prav tako se je pokazalo, da bi za natančnejše analize potrebovali podrobnejše, predvsem pa sinhronizirane informacije. Zato bi bilo obrazec za beleženje promocijskih objav smiselno nekoliko predelati, predvsem pa sproti beležiti objave. Razmisliti bi veljalo o centraliziranem beleženju objav za celotno ljudsko univerzo.
- Ker so na novo definirane prednostne ciljne skupine, bi bilo smiselno razmisliti o promocijskih aktivnostih, ki bi posebej nagovarjale vsako od teh ciljnih skupin.
- Razmisliti bi veljalo o nekaterih promocijskih aktivnostih, ki jih v Svetovalnem središču Zasavje doslej nismo uporabili: facebook, twitter, primeri dobre prakse.
- Aktivnosti promocije svetovalne dejavnosti je smiselno vezati na večje dogodke.



5. LITERATURA IN VIRI

1. Tanja Možina, Milena Zorič, Sonja Klemenčič:
METODA ZGLEDVANJA PRI PRESOJANJU IN RAZVIJANJU KAKOVOSTI IZOBRAŽEVANJA,
Andragoški center Slovenije, 2007
2. MODEL INFORMATIVNO-SVETOVALNE DEJAVNOSTI ZA IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH – ISIO V
OBČINAH HRASTNIK, LITIJA, RADEČE, TRBOVLJE IN ZAGORJE OB SAVI, Svetovalno središče
Zasavje, 2003
3. POROČILO O SPREMLJANJU PO MODELU PRESOJANJA IN RAZVIJANJA KAKOVOSTI V
SVETOVALNIH SREDIŠČIH ZA IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH V LETU 2011, Svetovalno središče
Zasavje, januar 2012
4. POROČILO O SPREMLJANJU PO MODELU PRESOJANJA IN RAZVIJANJA KAKOVOSTI V
SVETOVALNIH SREDIŠČIH ZA IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH V LETU 2012, Svetovalno središče
Zasavje, januar 2013
5. POROČILO O SPREMLJANJU PO MODELU PRESOJANJA IN RAZVIJANJA KAKOVOSTI V
SVETOVALNIH SREDIŠČIH ZA IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH V LETU 2013, Svetovalno središče
Zasavje, marec 2014
6. Tanja Možina, Sonja Klemenčič, Tanja Vilič Klenovšek, Jerca Rupert:
MODEL PRESOJANJA IN RAZVIJANJA KAKOVOSTI V SVETOVALNIH SREDIŠČIH ZA IZOBRAŽEVANJE
ODRASLIH, Andragoški center Slovenije, 2009
7. ZAPIS Z ZGLEDOVALNEGA OBISKA V MLADINSKEM CENTRU TRBOVLJE, 12. 12. 2013, interni
dokument
8. ZAPIS Z ZGLEDOVALNEGA OBISKA V SVETOVALNEM SREDIŠČU KOPER, 14. 6. 2013, interni
dokument
9. SVETOVALNO DELO S PRISELJENCI, 18. 6. 2013, interni dokument
10. REGIONALNI RAZVOJNI PROGRAM ZASAVSKE REGIJE ZA OBDOBJE 2014-2020 (osnutek), RCR
d.o.o., 30. 9. 2013: <http://www.rcr-zasavje.si/uploads/files/RRP-osnutek%2030-9-2013.doc>
11. PODATKOVNI PORTAL SI-STAT, demografsko in socialno področje, Statistični urad RS:
<http://pxweb.stat.si/pxweb/dialog/statfile2.asp>.
12. TRG DELA V ŠTEVILKAH, Zavod RS za zaposlovanje:
http://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah.
13. MESEČNE INFORMACIJE, Zavod RS za zaposlovanje:
http://www.ess.gov.si/trg_dela/publicistika/mesecne_informacije.



Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013

14. ZBIRNIK OBJAV V MEDIJIH O DELOVANJU SVETOVALNEGA SREDIŠČA PO MESECIH V OBDOBJU OD 1.1. DO 31.12.2011, interni dokument.
15. ZBIRNIK OBJAV V MEDIJIH O DELOVANJU SVETOVALNEGA SREDIŠČA PO MESECIH V OBDOBJU OD 1.1. DO 31.12.2012, interni dokument.
16. ZBIRNIK OBJAV V MEDIJIH O DELOVANJU SVETOVALNEGA SREDIŠČA PO MESECIH V OBDOBJU OD 1.1. DO 31.12.2013, interni dokument.



6. PRILOGE

1. VPRAŠANJA ZA ZGLEDOVALNI OBISK V SVETOVALNEM SREDIŠČU KOPER, 10. 6. 2013, interni dokument
2. VPRAŠANJA ZA ZGLEDOVALNI OBISK V MLADINSKEM CENTRU TRBOVLJE, 11. 12. 2013, interni dokument
3. SAMOEVALVACIJSKI NAČRT ZA LETO 2013, Svetovalno središče za izobraževanje odraslih Zasavje, interni dokument.
4. INTERNO PROMOCIJSKO GRADIVO SVETOVALNEGA SREDIŠČA ZASAVJE:
 - zloženska
 - plakat
 - predloga za powerpoint
 - letak za stojnico znanja za leta 2011, 2012, 2013
 - oglasni trak za stojnico znanja
5. FOTOGRAFIJE S STOJNICE ZNANJA V OBDOBJU 2011-2013



Priloga 1:

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT

Zasavska
Ljudska
Univerza

Naložba v tvojo prihodnost
INOVACIJSKI INICIATIVNI PROGRAM
ERASMUS+ KA2

Trbovlje, 10. 6. 2013

VPRAŠANJA ZA ZGLEDOVALNI OBISK
PODROČJE: INFORMIRANJE IN PROMOCIJA
USTANOVA: REGIONALNO SVETOVALNO SREDIŠČE KOPER – CAPODISTRIA
DATUM: 14. 6. 2013

1. Kako načrtujete informiranje potencialnih ciljnih skupin; kako natančno informiranje in promocijo opredelite v letnem načrtu? Imate na LU skupen načrt promocije, iz katerega izhajate, ali načrtujete ISIO promocijo povsem samostojno?
2. Kdo izvaja aktivnosti informiranja in promocije za ciljne skupine? Je to svetovalec oz. vodja ISIO, ali pri tem sodelujejo tudi drugi zaposleni na LU? Je tisti, ki izvaja informiranje, za to posebej usposobljen?
3. Imate znotraj projekta/organizacije zagotovljena sredstva za informiranje in promocijo? Ima svetovalec oz. vodja možnost samostojno načrtovati in izvajati dejavnosti informiranja in promocije?
4. Kako beležite aktivnosti informiranja in svetovanja? Uporabljate obrazec – tabelo? Imate kakšen drugačen način shranjevanja in beleženja aktivnosti?
5. Imate kakšno stalno obliko informiranja? Kakšne so vaše izkušnje pri tem?
6. kateri mediji oz. načini promocije so po vaših izkušnjah v vašem okolju najučinkovitejši pri informiranju ranljivih ciljnih skupin?
7. Ali/kako način in vsebino informiranja in promocije prilagajate glede na ciljne skupine?
8. Ali imate pri izvajanju informiranja in promocije kakšne težave?
9. Na katere promocijske aktivnosti (oz. vidik promocije) ste najbolj ponosni?

Pripravila: Valentina Uran

SVETOVALNO
SREDIŠČE
ZASAVJE

Trg svobode 11a, 1412 Trbovlje • tel. 03 56 31 191 • isio.zsavje@guest.arnes.si • www.zivitrbovlje.si

Priloga 2:

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT

Naložba v vašo prihodnost
INICIJATIVA ZA RAZVOJ ČLOVEKA
EVROPSKA UNIJA

Trbovlje, 11. 12. 2013

VPRAŠANJA ZA ZGLEDVALNI OBISK
PODROČJE: INFORMIRANJE IN PROMOCIJA
USTANOVA: MLADINSKI CENTER TRBOVLJE
DATUM: 12. 12. 2013

1. Kako načrtujete informiranje potencialnih ciljnih skupin; kako natančno informiranje in promocijo opredelite v letnem načrtu?
2. Kdo izvaja aktivnosti informiranja in promocije za ciljne skupine? Je tisti, ki izvaja informiranje, za to posebej usposobljen?
3. Imate znotraj organizacije zagotovljena sredstva za informiranje in promocijo?
4. Kako beležite aktivnosti informiranja in svetovanja? Uporabljate obrazec – tabelo? Imate kakšen drugačen način shranjevanja in beleženja aktivnosti?
5. Imate kakšno stalno obliko informiranja? Kakšne so vaše izkušnje pri tem?
6. Kateri mediji oz. načini promocije so po vaših izkušnjah v Našem okolju najučinkovitejši pri informiranju ranljivih ciljnih skupin?
7. Ali/kako način in vsebino informiranja in promocije prilagajate glede na ciljne skupine?
8. Ali imate pri izvajanju informiranja in promocije kakšne težave?
9. Na katere promocijske aktivnosti (oz. vidik promocije) ste najbolj ponosni?

Pripravila: Valentina Uran

Trg svobode 11a, 1412 Trbovlje • tel. 03 56 31 191 • info.zsavje@guest.arnes.si • www.mlc.trbovlje.si



Priloga 3:



SAMOEVALVACIJSKI NAČRT ZA LETO 2013
SVETOVALNO SREDIŠČE ZA IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH ZASAVJE

PODROČJE 1	1	POTENCIALNI SVETOVANCI (CILINE SKUPINE)	
Kazalnik kakovosti:	1.1.1	Poznavanje potencialnih svetovancev z vidika lokalnih, regionalnih in nacionalnih potreb	
Kakšni želimo biti?	Kako se bomo vprašali, v kolikšni meri že dosegamo standarde kakovosti? Kakšni smo?	Kdo bo naš vir informacij?	Na kakšen način bomo pridobivali informacije?
STANDARD KAKOVOSTI	SAMOEVALVACIJSKA VPRAŠANJA	SUBJEKTI	METODE
1.1 Svetovalno središče si prizadeva za povečanje dostopnosti svetovalnih storitev za odrasle v zvezi z izobraževanjem in učenjem ter se odziva na lokalne, regionalne in nacionalne potrebe.	Kateri ciljne skupine so z vidika dostopanja do izobraževanja odraslih v regiji, najbolj ranljive oz. prednostne?	aplikacija SDSS (analiza značilnosti strank od 1.1.2008 do 31.12.2012) regionalni razvojni dokumenti	metoda analize dokumentacije
Kako bomo vedeli, da standard kakovosti dosegamo?			
1.1.1.1 Svetovalno središče ima v svojem modelu IGIO analizirane lokalne, regionalne in nacionalne potrebe odraslih po svetovanju.			

PODROČJE 2:	6	INFORMIRANJE IN PROMOCIJA	
Kazalnik kakovosti:	6.1.3	Raznovrstnost	
Kakšni želimo biti?	6.1.5	Regionalna zajetost	
Kakšni želimo biti?	Kako se bomo vprašali, v kolikšni meri že dosegamo standarde kakovosti? Kakšni smo?	Kdo bo naš vir informacij?	Na kakšen način bomo pridobivali informacije?
STANDARD KAKOVOSTI	SAMOEVALVACIJSKA VPRAŠANJA	SUBJEKTI	METODE
Da bi zagotovili čim večjo dostopnost storitev svetovalnega središča vsem odraslim, svetovalno središče načrtno izvaja informiranje potencialnih ciljnih skupin in promocijo njegove dejavnosti.	Kateri mediji so najuspešnejši pri promociji svetovalne dejavnosti v regiji? Ali aktivnosti informiranja in promocije svetovalnega središča Zasavje zajamejo vse ciljne skupine v regiji?	Mladinski center Trbovlje Svetovalno središče Koper - Capodistria Dokumentacija ISIO: • Letni delovni načrt ISIO za leti 2011 in 2012 • Zbirnik objav ISIO v medijih za leti 2011 in 2012	metoda zgodovinskega obiska metoda analize dokumentacije
Kako bomo vedeli, da standard kakovosti dosegamo?			
6.1.3.1 Svetovalno središče informira in promovira po različnih medijih (radio, časnikih, televiziji, spletu, letakih, plakatih, oglasnih deskah).			
6.1.5.1 Svetovalno središče izpeljuje informiranje potencialnih ciljnih skupin in promocijo dejavnosti v celotni regiji.			

Priloga 4:



SEDEŽ SVETOVALNEGA SREDIŠČA ZASAVJE:

*Znanje
Razpira
Krila*

ZASAVSKA LJUDSKA UNIVERZA TRBOVLJE
Trg svobode 11 a, Trbovlje

Pokličite nas
03 56 31 191

www.zlu-trbovlje.si

Svetovalno središče Zasavje od januarja 2003 deluje na Zasuavi (ljudski univerzi). Je del mreže 14 centrov za svetovanje in izobraževanje odraslih v Sloveniji. Slovenski koordinacijski center dela je Arhiepiskopski center Slovenije.

V letih 2008–2013 je skupnost vključena v projekt **Center za življenjskega učenja Zasavje**, ki ga financirata Evropski socialni sklad in Ministrstvo za kmetištvo in šport RS.

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIŠTVO IN ŠPORT

Nacionalni inštitut za izobraževanje odraslih

ALI BI SE RADI IZOBRAŽEVALI, pa ne veste,

KJE?
KAKO?
KDAJ?

Znanje razpira krila

INFORMIRANJE IN SVETOVANJE V IZOBRAŽEVANJU ODRASLIH

www.zlu-trbovlje.si

Foto: Stanja Ormink



KOMU JE NAMENJENO SVETOVALNO SREDIŠČE ZASAVJE?

V Svetovalnem središču Zasavje odraslim pred vključitvijo v izobraževanje, med izobraževanjem ali po končanem izobraževanju (ljudski) BREZPLAČNO podpora:

- pomoč pri odločitvi za izobraževanje
- pomoč pri odločitvi, kakšnih izmenjav
- informacije o programih in izobraževalnih ustanovah
- individualno svetovanje izobraževalnega načrta
- pomoč pri preizkušnji učnih izidov
- strokovnjaki in finančni svetovalci izobraževanja odraslih, pomoč pri prijavi na razpis

Znanje razpira krila

KAKO DO SVOJE INFORMACIJE OZ. NASVETA?

- po telefonu prek št. 03 56 31 191
- prek elektronskega naslova zlu.zasavje@zluvest.oris.si
- z osebnimi razgovori s svetovalko v prostorih Zasuavske ljudske univerze v Trbovljah (Trg svobode 11 a) in Zagorju (Gorjanska 2)

URNIK DELA:

dan	URNIK	URE
Ponedeljek	TRBOVLJE	9.00 – 11.00 in 13.00 – 15.00
Torek	TRBOVLJE	9.00 – 11.00 in 13.00 – 15.00
Sreda	TRBOVLJE	13.00 – 17.00
Četrtek	ZAGORJE	9.00 – 11.00 in 13.00 – 15.00
Petek	TRBOVLJE	9.00 – 11.00

OBISK SVETOVALNEGA SREDIŠČA ZASAVJE JE BREZPLAČEN.

Pri uspešnem obisku svetujemo predhodno rezervacijo prek telefona ali prek elektronske pošte.





**SVETOVALNO
SREDIŠČE
ZASAVJE**

ALI BI
SE RADI
IZOBRAŽEVALI,
pa ne veste,

KJE?
KAKO?
KDAJ?

Nudimo vam BREZPLAČNO podporo:

- pomoč pri odločitvi za izobraževanje
- pomoč pri odkrivanju poklicnih interesov
- seznanjanje o financiranju izobraževanja odraslih, pomoč pri prijavi na razpise
- informacije o programih in izobraževalnih ustanovah
- izdelava osebnega izobraževalnega načrta
- pomoč pri premagovanju učnih težav

Znanje razpira krila

INFORMIRANJE IN SVETOVANJE V IZOBRAŽEVANJU ODRASLIH

Pokličite nas
03 56 31 191

www.zlu-trbovlje.si

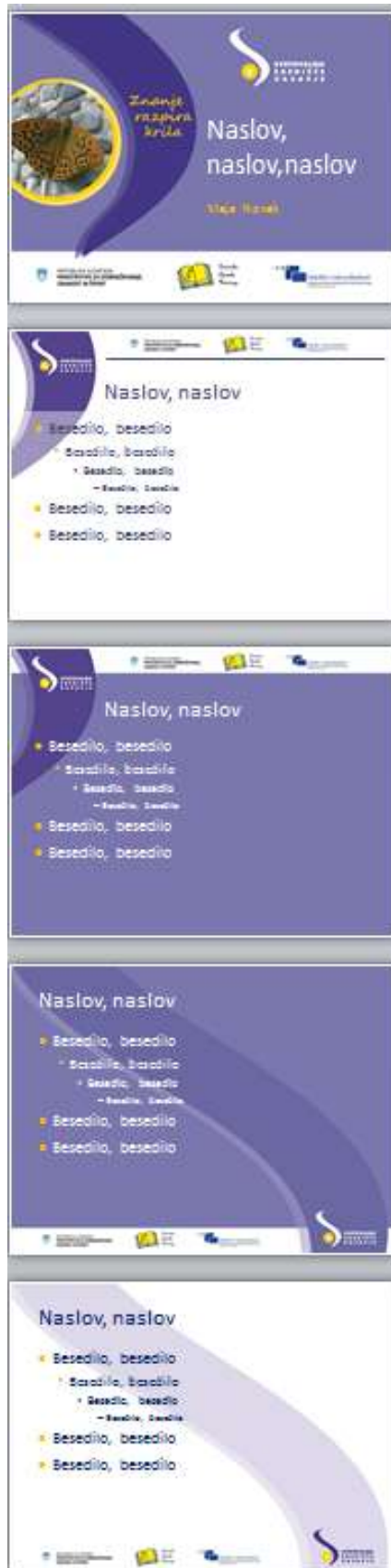
Foto: Tanja Črvotič

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT

Zasavska
Ljudska
Univerza

Naložba v tvojo prihodnost
CENTRUM ZA INOVACIJSKO, DIGITALNO IN
PREJEMALNO UČENJE

Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti za leto 2013





ALI BI
SE RADI
IZOBRAŽEVALI,
pa ne veste,

KJE?
KAKO?
KDAJ?

Znanje
razpira
krila

Obiščite STOJNICO ZNANJA:

- 1 HRASTNIK:**
sreda, 21. 9. 2011, od 15.00–18.00, pred Sparom
- 2 ZAGORJE:**
petek, 23. 9. 2011, od 15.00–18.00, pred Sparom
- 3 TRBOVLJE:**
sobota, 24. 9. 2011, od 9.00–12.00, pred Sparom

- izobraževalna ponudba za odrasle v Zasavju
- sofinanciranje šolnin za odrasle in štipendiranje
- razpis za vpis odraslih v šolskem letu 2011/12
- brezplačne oblike učenja v Zasavju
- možnosti za pomoč odraslim pri učenju



Zasavska
Ljudska
Univerza

**DNEVI SLOVENSКИH
SVETOVALNIH SREDIŠČ 2011**

Pokličite nas
03 56 31 191

www.zlu-trbovlje.si

REPUBLICA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT

Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad



ALI BI
SE RADI
IZOBRAŽEVALI,
pa ne veste,

KJE?
KAKO?
KDAJ?

*Znanje
razpira krila*

SVETIOVALNO
SREDIŠČE
ZASAVJE
10 let
Informiranje in Svetovanje
v Izobraževanju Odraslih

Obiščite STOJNICO ZNANJA

V SOBOTO, 22. 9. 2012, od 9.⁰⁰–12.⁰⁰,
pred Sparom v Hrastniku, Trbovljah in Zagorju.

- izobraževalna ponudba za odrasle v Zasavju
- sofinanciranje šolnin za odrasle in štipendiranje
- Razpis za vpis odraslih v šolskem letu 2012/13
- brezplačne oblike učenja v Zasavju
- možnosti za pomoč odraslim pri učenju

Zasavska
Ljudska
Univerza

DNEVI SLOVENSКИH
SVETOVALNIH SREDIŠČ 2012

Pokličite nas
03 56 31 191

www.zlu-trbovlje.si

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST, KULTURO IN ŠPORT

 *Naložba v vašo prihodnost*
OPERATIVNI PROGRAM FINANCIJRA EVROPSKA UNIJA





ALI BI SE RADI IZOBRAŽEVALI, pa ne veste,

KJE?
KAKO?
KDAJ?

Znanje razpira krila

VABLJENI NA BREZPLAČNE PRIREDITVE:

- **STOJNICA ZNANJA**
18. 9. 2013, od 9h do 12h, Tržnica Zagorje
Predstavitve možnosti za učenje in izobraževanje odraslih v Zasavju.
- **NAZAJ V ŠOLO – KAJ PA ZDAJ?!?**
18. in 19. 9. 2013, ob 17h, ZLU Zagorje, Grajska 2
Predstavitve možnosti za pomoč odraslim pri učenju.
- **SREDIŠČE ZA SAMOSTOJNO UČENJE SE PREDSTAVI**
(ZLU Zagorje, Grajska 2)
19. 9. 2013, od 9h do 12h, – Obnovimo angleščino
20. 9. 2013, od 9h do 11h, – Ustvarimo Facebook profil

DNEVI SLOVENSkih SVETOVALNIH SREDIŠČ 2013

Pokličite nas **03 56 31 191**

18. – 20. 9. 2013

www.zlu-trbovlje.si

Zasavska
Ljudska
Univerza

REPUBLIKA SLOVENIJA
**MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT**

 *Naložba v vašo prihodnost*
OPERACIJO DELNO FINANCIRATA EVROPSKA UNIJA





STOJNICA ZNANJA

Znanje razpira krila

SVETOVALNO SREDIŠČE ZASAVJE

Zasavska Ljudska Univerza

Zasavska ljudska univerza

REPUBLICA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST, KULTURO IN ŠPORT

www.zlu-trbovlje.si

BREZPLAČNO INFORMIRANJE
IN SVETOVANJE V
IZOBRAŽEVANJU ODRASLIH

Naravne znanosti pridobivajo
Ljudska univerza Trbovlje



Priloga 5:

