



Zavarška
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



SAMOEVALVACIJSKO POROČILO O KAKOVOSTI ZA LETO 2013

Trbovlje, junij 2014

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.

