Državni Univerzitet u Novom Pazaru

## Logički okvir matrica

ChatGPTeam

Novi Pazar, 2023

# Doprinos učesnika grupe

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ime i prezime** | **Datum** | **Verzija** |
| Emir Mujezinović , Dženisa Omerović, Amar Hasanović, Jasmin Đerlek, Basila Međedović, Anastasija Mijaljević | 16.05.2023 | 1.0 |
| Emir Mujezinović , Dženisa Omerović, Amar Hasanović, Jasmin Đerlek, Basila Međedović, Anastasija Mijaljević | 24.5.2023 | 2.0 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**3+3. LOGICAL FRAMEWORK MATRIX – LFM**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Wider Objective:**  *What is the overall broader objective, to which the project will contribute?*   * Podstaknuti mlade da organizuju i učestvuju u građanskim inicijativama; istovremeno stvarajući zajednicu koja doprinosi održivom razvoju i unapređenju uslova života u urbanim područjima, putem podsticanja inovacija u oblikovanju i sprovođenju obrazovnih programa, oblika poučavanja, okruženja za učenje i/ili razvoja novih veština. | Indicators of progress: *What are the key indicators related to the wider objective?*   * Za 60% ojačana svest o očuvanju životne sredine i tekučih voda. * Povećana uključenost osoba u dobi od 16-30 godina u ekološkim projektima za 30%. * Saradnja između ustanova i organizacija obuhvaćenih projektom pojačana za 80%. | How indicators will be measured: *What are the sources of information on these indicators?*   * Izveštaji Ministarstva za zaštitu životne sredine. * Evrostat - Evropski nacionalni statistički institut. |  |
| **Specific Project Objective/s:**  *What are the specific objectives, which the project shall achieve?*   * Podstaknuti mlade da organizuju i učestvuju u građanskim inicijativama i promovisanju vrednosti Evropske unije i njene kulture, kako bi postali aktivni evropski građani. * Stvaranje zajednice koji će doprineti održivom razvoju i unapređenju uslovima života u urbanim područjima. * Podsticanje inovacija u pogledu oblikovanja i sprovođenja obrazovnih programa, oblika poučavanja, okruženja za učenje i/ili razvoja novih veština. | Indicators of progress: *What are the quantitative and qualitative indicators showing whether and to what extent the project’s specific objectives are achieved?*   * Povećanje broja projekata ili inicijativa koje su pokrenute od strane mladih u sektorima povezanim sa održivošću za 40%. * Povećanje broja mladih koji su stekli nove digitalne veštine za 20%. * Broj obrazovnih institucija koje su usvojile inovativne metode poučavanja u vezi sa ekologijom ime povećanje od 30%. | **How indicators will be measured:**  *What are the sources of information that exist and can be collected? What are the methods required to get this information?*   * Izveštaji dobijeni anketama i upitnicima. * Procena uticaja okruženja za učenje na kvalitet života u urbanim područjima. * Rezultati istraživanja o kompetencijama mladih u oblastima održivosti pre i posle učešća u programima | **Assumptions & risks:**  *What are the factors and conditions not under the direct control of the project, which are necessary to achieve these objectives? What risks have to be considered?*   * Želja univerziteta i organizacija  da povećaju ekološku svest mladih kroz takmičenja za koja će im se nuditi mogućnost apliciranja. * Nezainteresovanost školskih i državnih ustanova za realizaciju i saradnju tokom projekta. * Teže sporazumevanje zbog jezičkih barijera. * Različitost učesnika koja može da iz društvene atmosfere prouzrokuje sučeljavanje aktuelnih društvenih netrepeljivosti svih vrsta. * Osoblje i studenti koji ne prisustvuju treninzima i seminarima. * Vremenske nepogode. * Otkazivanje termina, smeštaja ili prostora za održavanje aktivnosti. * Neispunjavanje obaveza od strane partnera. |
| **Outputs (tangible) and Outcomes (intangible):**   * *Please provide the list of concrete DELIVERABLES - outputs/outcomes (****grouped in Workpackages)****, leading to the specific objective/s.:*   Ankete x2   * R.1. Provedena je analiza ciljnih grupa.   R.1.1. Ciljna grupa je ispunila elektronske ankete.  R.1.2*.* Sastavljen je izvještaj, na osnovu rezultata ankete, o trenutnom stanju u ciljnoj grupi.   * R.2. Provedena je analiza trenutnih kapaciteta partnerskih organizacija.   R.2.1. Provedeni su intervjui sa članovima partnerskih organizacija o njihovim organizacijskim kapacitetima.  R.2.2*.* Ispunjene su ankete o iskustvima partnera i njihovim kapacitetima.  R.2.3. Sastavljen je izvještaj o trenutnom stanju kapaciteta partnerskih organizacija.  R.3. Provedena je analiza pristupa infrastrukturi u zemlji domaćina.  R.3.1. Analizirano je trenutno stanje pristupa infrastrukturi.  R.3.2. Ispunjene su ankete o iskustvima partnera i njihovom pristupu prostorijama za izvodjenje nastave.  R.3.3. Sastavljeni su izvještaji o analiziranom stanju infrastructure partnera.   * R.4. Razvijeno softversko rešenje za prijavljivanje i uvid u radionice i seminare.   R.4.1. Definisan opšti cilj projekta.  R.4.2. Definisan plan realizacije projekta.  R.4.3. Definisan raspored aktivnosti.  R.4.4. Definisana vizija sistema.  R.4.5. Definisana specifikacija zahteva.  R.4.6. Odrađen detaljni arhitekturni projekat.  R.4.7. Definisan plan testiranja.  R.4.8. Odrađen test specifikacija.  R.4.9. Formirano korisničko uputstvo.   * R.5. Odlazak u partnerske države radi treninga osoblja.   R.5.1. Identifikacija potrebnih treninga i kompetencija osoblja.  R.5.2. Organizacija putovanja i logistika za odlazak osoblja.  R.5.3. Izvršenje treninga i obuka osoblja.  R.5.4. Praćenje i evaluacija provedenih treninga.  R.5.5. Sastavljanje izvještaja o rezultatima treninga i njihovoj primjenjivosti.  R.5.6. Organizacija povratnog putovanja i logistika za povratak osoblja.   * R.6. Kreiran je promotivni materijal za potrebe celog projekta   R.6.1. Angažovani stručni grafički dizajneri.  R.6.2. Izrađen je dizajn promo materijala.  R.6.3. Izrađen je promo materijal.  R.6.4. Obezbeđen je adekvatan prostor za skladištenje promo materijala.  R.6.5. Promo materijal je poslat u odgovarajuću partnersku zemlju.  R.6.6. Promo materijal je postavljen u partnerskoj zemlji.   * R.7. Organizovani seminari radi promocije ekološke održivosti i važnosti očuvanja životne sredine, kao i o organizaciji inicijativa.   R.7.1. Angažovani stručni govornici.  R.7.2. Organizovan prevoz i smeštaj za učesnike i govornike.  R.7.3. Obezbeđeni prevodioci .  R.7.4. Kreirane agende seminara.  R.7.5. Obezbeđen adekvatan prostor za izvođenje seminara.   * R.8. Održani seminari radi promocije ekološke održivosti i važnosti očuvanja životne sredine, kao i seminari o organizaciji inicijativa.   R.8.1. Ispraćene agende seminara.  R.8.2. Dodeljeni sertifikati za učesnike seminara.  R.8.3.Anketirani učesnici seminara.  R.8.4.Napisan je izveštaj rezultata ankete.   * R.9. Organizovane debatne radionice o aktuelnim ekološkim pitanjima.   R.9.1. Angažovani stručni govornici i moderatori.  R.9.2. Organizovan prevoz i smeštaj za učesnike i moderatore.  R.9.3. Obezbeđeni prevodioci .  R.9.4. Kreirane agende radonice.  R.9.5. Obezbeđen adekvatan prostor za izvođenje radionice.   * R.10. Održane debatne radionice o aktuelnim ekološim pitanjima.   R.10.1. Ispraćene agende radionica.  R.10.2. Dodeljeni sertifikati za učesnike radionica.  R.10.3.Anketirani učesnici radionica.  R.10.4.Napisan je izveštaj rezultata ankete.   * R.11. Organizovane i sprovedene kampanje za povećanje ekološke svesti.   R.11.1. Isplanirane kampanje.  R.11.2. Pripremljen materijal i resursi.  R.11.3. Izvedene kampanje.  R.11.4. Evaluirane kampanje.   * R.12. Odrađen plan kvaliteta.   R.12.1. Uspešno izrađen plan kvaliteta.  R.12.2. Uspešno izvršena interna evaluacija kvaliteta.  R.12.3. Uspešno izvršena eksterna evaluacija kvaliteta.   * R.13. Uspešno izvršeno reklamiranje putem kanala promocije.   R.13.1. Uspešno reklamiranje i deljenje podataka putem medija.  R.13.2. Uspešna promocija i deljenje podataka o projektu putem društvenih mreža.  R.13.3. Uspešna promocija putem internet reklama.   * R.14. Izvršeno upravljanje projektom.   R.14.1. Održan sastanak sa upravnim odborom.  R.14.2. Izvršeno sveukupno upravljanje projekotm.  R.14.3. Izvršeno lokalno upravljanje projektom.   * R.14. Provedena je finalna analiza ciljnih grupa.   R.14.1. Ciljna grupa je ispunila elektronske ankete.  R.14.2*.* Sastavljen je izvještaj, na osnovu rezultata ankete, o finalnom stanju u ciljnoj grupi. | **Indicators of progress:**  *What are the indicators to measure whether and to what extent the project achieves the envisaged results and effects?*   * I.1. Uspešno je sprovedena analiza ciljnih grupa.   I.1.1. 100 osoba iz ciljne grupe je popunilo 5 različitih anketa.  I.1.2*.* Uspešno je sastavljeno 5 izveštaja, na osnovu rezultata ankete, o trenutnom stanju u ciljnoj grupi.   * I.2. Uspešno je provedena analiza trenutnih kapaciteta partnerskih organizacija.   I.2.1. Uspešno je intervjuisano 10 članova partnerskih organizacija o organizacionim kapacitetima.  I.2.2. 15 osoba iz 6 partnerskih organizacija uspešno odradilo anketu o iskustvima i kapacitetima partnerskih organizacija.  I.2.3. Uspešno je napisan 1 izveštaj o postojećem stanju kapaciteta partnerskih organizacija**.**   * I.3. Uspešno je analiziran pristup infrastrukture zemlje organizatora.   I.3.1. Uspešno je analizirano 1 postojeće stanje pristupa infrastrukturi.  I.3.2. 15 osoba iz 6 partnerskih organizacija uspešno popunilo anketu o iskustvima partnera i njihovom pristupu sportskim terenima.  I.3.3. Uspešno je napisan 1 izveštaj o analiziranom stanju infrastrukture.   * I.4. Uspešno je razvijeno softversko rešenje za prijavljivanje i uvid u radionice i seminare.   I.4.1. Uspešno je definisan 1 opšti cilj projekta.  I.4.2. Uspešno je definisan 1 plan realizacije projekta.  I.4.3. Uspešno je definisan 1 raspored aktivnosti.  I.4.4. Uspešno je definisana 1 vizija sistema.  I.4.5. Imali smo 5 test specifikacija:  4 pripremne i 1 konačna.  I.4.6. Definisana su 2 plana testiranja:  testiranje softverskog rešenja i testiranje aplikacije.  I.4.7. Uspešno je definisan 1 plan testiranja.  I.4.8. Uspešno je odrađena 1 test specifikacija koja sadrži 5 testova softverskog rešenja kao i 10 testova aplikacije. Od toga se svakom partneru šalje 1 test softverskog rešenja i 1 test aplikacije. Partneri šalju izveštaj putem kojih dobijamo povratne informacije.  I.4.9. Uspešno je formirano 1 korisničko uputstvo.   * I.5. Uspešan odlazak u partnerske države radi treninga osoblja(Turska, Hrvatska, Grčka i Nemačka).   I.5.1. Uspešna identifikacija potrebnih treninga i kompetencija osoblja.  I.5.2. Uspešna organizacija putovanja za 15 članova osoblja u 4 partnerske zemlje i logistika za odlazak osoblja.  I.5.3. Izvršenje treninga za 9 članova osoblja u 4 partnerskih zemalja i obuka osoblja.  I.5.4. Uspešno praćenje i evaluacija provedenih treninga.  I.5.5. Uspešno sastavljanje izvještaja o rezultatima treninga gde je 90% osoblja završilo trening i njihovoj primjenjivosti.  I.5.6. Uspešna organizacija povratnog putovanja za 15 članova osoblja iz 4 partnerske zemalje i logistika za povratak osoblja.   * I.6. Uspešno je kreiran promotivni materijal za potrebe celog projekta   I.6.1. Uspešno je angažovao 6 stručnih grafičkih dizajnera.  I.6.2. Uspešno je izrađen dizajn sledećeg promo materijala: 2 logo-a, 2 vizit karte, 15 brošura , 10 plakata, 4 promo videa, 1 info kartica učesnika, 1 info kartica za zaposlenog i 3 bilborda. Urađen je po jedan mockup za sav promo materijal na raziličitim jezicima partnerskih zemalja.  I.6.3. Uspešno je izrađen promo materijal koji uključuje: 250 majci sa logom, 400 vizit karti, 1000 brošura, 200 plakata, 100 info kartica zaposlenih, 400 info kartica učesnika i 30 bilborda.  I.6.4. Uspešno je obezbeđeno po 2 adekvatana prostora za skladištenje promo materijala u svakoj partnerskoj državi.  I.6.5. Uspešno je poslat odgovarajući promo materijal u 10 partnerskih zemalja.  I.6.6. Uspešno su okačena 3 bilborda, zakačeno 20 plakata i podeljeno 100 brošura.   * I.7. Uspešno je organizovano 6 seminara (u Crnoj Gori, Severnoj Makedoniji, Albanijii, Bugarskoj, Švedskoj i Portugalu)   radi promocije ekološke održivosti i važnosti očuvanja životne sredine, kao i o organizaciji inicijativa.  I.7.1. Angažovano je 6 stručnih govornika.  I.7.2. Organizovan prevoz i smeštaj za učesnike i govornike.  I.7.3. Obezbeđeno je 6 prevodlaca .  I.7.4. Kreirano je 5 agendi seminara.  I.7.5. Obezbeđeno je po 2 adekvatana prostora za izvođenje seminara u svih 6 zemalja.   * I.8. Uspešno je održano 6 seminara (u Crnoj Gori, Severnoj Makedoniji, Albanijii, Bugarskoj, Švedskoj i Portugalu)   radi promocije ekološke održivosti i važnosti očuvanja životne sredine, kao i o organizaciji inicijativa na kojima je učestovalo po 6 učesnika iz 6 zemalja.  I.8.1. Ispraćeno je 5 agendi seminara.  I.8.2. Dodeljeni sertifikati za 36 učesnike seminara.  I.8.3.Anketirano je 36 učesnika seminara.  I.8.4. Napisano je 5 izveštaja o kvalitetu kompletne organizacije seminara.   * I.9. Uspešno je organizovano 6 debatnih radionica (u Crnoj Gori, Severnoj Makedoniji, Albanijii, Bugarskoj, Švedskoj i Portugalu)   o aktuelnim ekološkim pitanjima.  I.9.1. Angažovano je 6 moderatora.  I.9.2. Organizovan prevoz i smeštaj za učesnike i govornike.  I.9.3. Obezbeđeno je 6 prevodlaca .  I.9.4. Kreirano je 5 agendi radionice.  I.9.5. Obezbeđeno je po 2 adekvatana prostora za izvođenje radionice u svih 6 država.   * I.10. Uspešno je održano 6 debatnih radionica (u Crnoj Gori, Severnoj Makedoniji, Albanijii, Bugarskoj, Švedskoj i Portugalu)   o aktuelnim ekološkim pitanjima na kojima je učestovalo po 6 učesnika iz 6 zemalja.  I.10.1. Ispraćeno je 5 agendi radionice.  I.10.2. Dodeljeni sertifikati za 36 učesnike radionice.  I.10.3.Anketirano je 36 učesnika radionice sa 5 razlicitih anketa.  I.10.4. Napisano je 5 izveštaja o kvalitetu kompletne organizacije radionice.   * I.11. Uspešno su organizovane i sprovedene kampanje za povećanje ekološke svesti u 6 partnerskih država (Crnoj Gori, Severnoj Makedoniji, Albanijii, Bugarskoj, Švedskoj i Portugalu)   I.11.1. Isplanirane su 3 kampanje (Čišćenje okoline, Reciklažne kampanje i Kampanje javne svesti)koje se sprovode u 6 partnerskih zemalja i na kojima učestvuje po 5 učesnika iz 6 partnerskih zemalja.  I.11.2. Uspešno pripremljen materijal i resursi potrebni za izvođenje kampanja. Obezbeđen i po 1 adekvatan prostor za sprovođenje kampanje u slućaju vremenskih nepogoda.  I.11.3. Uspešno izvedene 2 kampanje u 6 partnerskih zemalja.  I.11.4. Evaluirane kampanje anketiranjem 36 učesnika sa 3 različite ankete i sastavljanje izveštaja o uspešnosti kampanje.   * I.12.Uspešno je odrađen 1 plan kvaliteta..   I.12.1. Uspešno je izrađen 1 plan kvaliteta.  I.12.2. Uspešno je izvršena 1 interna evaluacija kvaliteta projekta od strane 4 stručnjaka za kontrolu kvaliteta.  I.12.3. Uspešno je izvršena 1 eksterna evaluacija kvaliteta projekta od strane 2 stručnjaka za kontrolu kvaliteta.   * I.13**.** Uspešno je izvršeno reklamiranje putem 3 kanala promocije.   I.13.1. Uspešna reklama putem 5 medija.  I.13.2. Uspešna promocija putem 5 društvenih mreža(Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok).Upotrbljeni su svi kreirani promo videi.  I.13.3. Uspešna promocija putem internet reklama.   * I.14. Uspešno je izvršeno jedno upravljanje projektom.   I.14.1. Uspešno održan 1 sastanak sa upravnim odborom - usvojeno 6 izveštaja na sastanku upravnog odbora.  I.14.2. Uspešno je izvršeno jedno sveukupno upravljanje projekotm.  I.14.3. Uspešno izvršeno lokalno upravljanje projektom - dostavljeno 10 izveštaja sa lokalnog upravljanja projektom od strane 10 partnerskih organizacija.   * I.15. Uspešno je sprovedena finalna analiza ciljnih grupa.   I.15.1. 100 osoba iz ciljne grupe je popunilo 5 različitih anketa.  I.15.2*.* Uspešno je sastavljeno 5 izveštaja, na osnovu rezultata ankete, o trenutnom stanju u ciljnoj grupi. | **How indicators will be measured:**  *What are the sources of information on these indicators?*   * Anketiranje i intervjuisanje partnerskih organizacija. * Izveštaj o održanim seminarima, radionicama i kampanjama. * Izveštaj o održanim reklamama i promocijama. * Anketiranje polaznika seminara, radionica i kampanja. | **Assumptions & risks:**  *What external factors and conditions must be realised to obtain the expected outcomes and results on schedule?*   * Posvećenost organizacija, univerziteta i učesnika tokom realizacije projekta * Medijska podrška i prateći događaji. * Dovoljan broj studenata koji su motivisani da budu deo seminara edukatvnog karaktera,  i volonterskih aktivnosti čišćenja * Puna podrška Ministarstva za zaštitu životne sredine tokom perioda organizacije. * Neophodna tehnologija. * Ne nalaženje odgovarajućeg prostora za skladištenje. * Gubitak ili kasno stizanje paketa promo materijala. * Nedostatak promo materijala zbog velike zainteresovanosti ciljne grupe. |
| **Activities:**  *What are the key activities to be carried out (****grouped in Workpackages)*** *and in what sequence in order to produce the expected results?*   * A.1. Sprovođenje analize ciljnih grupa.   A.1.1. Ciljna grupa ispunjava elektronske ankete.  A.1.2*.* Sastavljanje izvještaja, na osnovu rezultata ankete, o trenutnom stanju u ciljnoj grupi.   * A.2. Analiza postojećeg stanja kapaciteta partnerskih organizacija.   A.2.1. Intervjui o organizacionim kapacitetima partnerskih organizacija.  A.2.2. Popunjavanje anketa o iskustvima i dobrim praksama partnerskih organizacija.  A.2.3. Pisanje izveštaja o postojećem stanju kapaciteta partnerskih organizacija**.**  A.3. Analiza pristupa infrastrukture zemlje organizatora.  A.3.1. Analiza postojećeg stanja pristupa infrastrukturi.  A.3.2. Popunjavanje anketa o iskustvima partnera i njihovom pristupu prostorijama za izvodjenje nastave.  A.3.3. Izvještaji o analiziranom stanju infrastrukture partnera.   * A.4. Razvoj softverskog rešenja za organizaciju i praćenje takmičenja kroz koju se podstiče fizička aktivnost.   A.4.1. Definisanje opšteg cilja projekta.  A.4.2. Plan realizacije projekta.  A.4.3. Raspored aktivnosti.  A.4.4. Definisanje vizije sistema.  A.4.5. Specifikacija zahteva.  A.4.6. Detaljni arhitekturni projekat.  A.4.7. Plan testiranja.  A.4.8. Test specifikacija.  A.4.9. Formiranje korisničkog uputstva.   * A.5. Odlaženje u partnerske države radi treninga osoblja.   A.5.1. Identifikovanje potrebnih treninga i kompetencija osoblja.  A.5.2. Organizovanje putovanja i logistike za odlazak osoblja.  A.5.3. Izvršavanje treninga i obuka osoblja.  A.5.4. Praćenje i evaluacija provedenih treninga.  A.5.5. Pisanje izvještaja o rezultatima treninga i njihovoj primjenjivosti.  A.5.6. Organizovanje povratnog putovanja i logistika za povratak osoblja.   * A.6. Kreiranje promotivnog materijala za potrebe celog projekta   A.6.1. Angažovanje stručnih grafičkih dizajnera.  A.6.2. Izrađivanje dizajna promo materijala.  A.6.3. Izrađivanje promo materijala.  A.6.4. Obezbeđivanje adekvatanog prostora za skladištenje promo materijala.  A.6.5. Slanje promo materijala u odgovarajuće partnerske zemlje.  A.6.6. Deljenje i postavljanje promo materijala u odgovarajućim partnerskim zemljama.   * A.7. Organizovanje seminara radi promocije ekološke održivosti i važnosti očuvanja životne sredine, kao i o organizaciji inicijativa.   A.7.1. Angažovanje stručnih govornika.  A.7.2. Organizovanje prevoza i smeštaja za učesnike i govornike.  A.7.3. Obezbeđivanje prevodilaca.  A.7.4. Kreiranje agendi seminara.  A.7.5. Obezbeđivanje adekvatanog prostora za izvođenje seminara.   * A.8. Održavanje seminara radi promocije ekološke održivosti i važnosti očuvanja životne sredine, kao i seminara o organizaciji inicijativa.   A.8.1. Praćenje agende seminara.  A.8.2. Dodeljenvanje sertifikata za učesnike seminara.  A.8.3.Anketiranje učesnika seminara.   * A.9. Organizovanje debatnih radionca o aktuelnim ekološkim pitanjima.   A.9.1. Angažovanje stručnih govornika i moderatora.  A.9.2. Organizovanje prevoza i smeštaja za učesnike i moderatore.  A.9.3. Obezbeđivanje prevodilaca.  A.9.4. Kreiranje agendi debate.  A.9.5. Obezbeđivanje adekvatanog prostora za izvođenje radionice.   * A.10. Održavanje debatne radionice o aktuelnim ekološim pitanjima.   A.10.1. Praćenje agende radionice.  A.10.2. Dodeljenvanje sertifikata za učesnike radionice.  A.10.3.Anketiranje učesnika radionice.   * A.11. Organizovanje i sprovedjenje kampanje za povećanje ekološke svesti.   A.11.1. Planiranje kampanje.  A.11.2. Pripremanje materijala i resursa.  A.11.3. Izvođenje kampanje.  A.11.4. Evaluacija kampanje.   * A.12. Plan kvaliteta.   A.12.1. Izrada plana kvaliteta.  A.12.2. Izvršavanje interne evaluacija kvaliteta.  A.12.3. Izvršavanje eksterne evaluacija kvaliteta.   * A.13. Reklamiranje putem kanala promocije.   A.13.1. Reklamiranje i deljenje podataka putem medija.  A.13.2. Promovisanje i deljenje podataka o projektu putem društvenih mreža.  A.13.3. Promovisanje putem internet reklama.   * A.14. Upravljanje projektom.   A.14.1. Održavanje sastanaka sa upravnim odborom.  A.14.2. Sveukupno upravljanje projekotm.  A.14.3. Lokalno upravljanje projektom.   * A.15. Sprovođenje finalne analize ciljnih grupa.   A.15.1. Ciljna grupa ispunjava elektronske ankete.  A.15.2*.* Sastavljanje izvještaja, na osnovu rezultata ankete, o trenutnom stanju u ciljnoj grupi. | Inputs: *What inputs are required to implement these activities, e.g. staff time, equipment, mobilities, publications etc.?*   * Staff costs: * Travel costs: * Costs of stay: * Equipment: * Subcontracting: * Co-financing: |  | **Assumptions, risks and pre-conditions:**  *What pre-conditions are required before the project starts? What conditions outside the project’s direct control have to be present for the implementation of the planned activities?*   * Puna podrška ministarstva za zaštitu životne sredine, institucija vezanih za promovisanje održivih praksi i univerziteta. * Posvećenost tokom realizacije projekta. * Medijska podrška i prateći događaji. * Obezbeđivanje potrebne tehnologije. * Odazivanje ciljne grupe. |