



Gadījuma izpēte Nr. 2

Lietas pētījuma/Laba prakse nosaukums	Pazīsti savus sabiedrotos...
Atslēgvārdi (metatags)	Kritiska domāšana
Nodrošina	IHF asbl
Valoda	LATVIEŠU
Gadījuma izpēte	
<p>Apsveriet šo: Jūs esat brīvprātīgais NVO, kas darbojas digitālo prasmju un IT prasmju jomā ar topošajiem jaunajiem uzņēmējiem.</p> <p>Kā jaunam profesionālim Jums ir uzticēts delikāts uzdevums - ieinteresēto personu apzināšana: Jūsu darbības rezultāti būs pamatā komunikācijas stratēģijai, ko sabiedrisko attiecību birojs īsteno nākamajā saules gadā.</p> <p>Ieinteresētās puses ir interešu grupas, iestādes, cilvēki kopumā, kurus varētu ietekmēt vai kuriem varētu būt ietekme uz organizācijas plānotajām, izstrādātajām un īstenojamajām darbībām.</p> <p>Komunikācijas nodaļas vadītājs lūdz no Jums precīzas norādes par apsvērto ieinteresēto personu (valsts iestāžu, trešā sektora pārstāvju u. c.) raksturu, vispārējo kategoriju, pie kuras tās pieder, un to faktisko nozīmīgumu pašreizējām un turpmākām darbībām.</p> <p>Nākamā gada PR kampaņas mērķis ir:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ iesaistīt ieinteresētās personas, kuras Jūs identificējat kā (potenciālos) aktīvos Jūsu NVO asociēto partneru tīkla dalībniekus.✓ izveidot stabilu profesionālu sadarbību✓ attīstīt ilgtermiņa institucionālās partnerības <p>Jautājumi par lietu:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Kādus mainīgos ņemsiet vērā, lai noteiktu nozīmīguma hierarhiju?2. Kādi būs to nozīmīguma rādītāji?3. Cik daudz ieinteresēto personu makro klasteru Jūs varētu noteikt, pamatojoties uz iepriekš minēto?	
Atsauces saite (ja ir)	Paša izstrādāšana * <i>* Šis scenārijs ir pilnīgi izdomāts. Jebkura atsauce uz reāliem cilvēkiem un/vai notikumiem ir tikai nejauši</i>
Materiāla veids	GADĪJUMA IZPĒTE

(Ieteicamās atbildes 2. lpp.)



Ieteicamās atbildes

Šis ir tipisks uzdevums, ar kuru ikdienā saskaras komunikācijas, mārketinga un sabiedrisko attiecību speciālisti. Vadības studijās un STKH teorijā ir daudz modeļu, ko izmanto šo trīs specifisko darbību veikšanai. Šī mācību materiāla kontekstā Jūs tiksiet iepazīstināti ar POWER-INTEREST matricu (Johnson un Scholes; 1999): vienu no uzticamākajām un stabilākajām ieinteresēto personu identificēšanas sistēmām.

Kādus mainīgos Jūs apsvērsiet, lai izveidotu atbilstības hierarhiju?

Vispirms ir jāiestata mērvienības. Šajā gadījumā tie būs attiecīgās ieinteresētās personas vara (zema/augsta) un INTERESE (zema/augsta) organizācijas DARBĪBĀS.

- *Pēc VARAS mēs atsaucamies uz: ietekmi, kāda DOTAJAM UZŅĒMUMAM var būt uz organizācijas stratēģiskajiem lēmumiem*
- *Ar INTERESI mēs atsaucamies uz: interesi par organizācijas stratēģisko lēmumu UN to, kā to var ietekmēt*

Kādi būs viņu atbilstības rādītāji?

Pamatojoties uz iepriekš minēto, var būt trīs hierarhijas slāņi (konkrētās kategorijas atbilstība):

1. *Liela jauda/liela interese*
2. *Liela jauda/zema interese (vai otrādi)*
3. *Zema jauda/zema interese*

Cik daudzas ieinteresēto personu makrokopas varētu identificēt, pamatojoties uz iepriekš minēto?

Atkarībā no atbilstības attiecīgajai kategorijai jābūt:

- *Ļoti cieši pārvaldīta (liela jauda/liela interese)*
- *Aizņemto līdzekļu īpatsvars (liela interese/zema jauda)*
- *Uzturēt apmierinātību (liela jauda/zema interese)*
- *Uzraudzība (zema jauda/zema interese)*