****

**Komunikačný plán/stratégia**

**Projekt: Environdotyky**

**2024-2-SK01-KA210-SCH-000267418**

V rámci komunikácie, šírenia a zhodnocovania výsledkov projektu je potrebné si ujasniť základné pojmy a ich nastavenie:

**Komunikácia:** informovanie o projektoch a ich výsledkoch

**Šírenie:** opisovanie a sprístupňovanie výsledkov na využitie

**Zhodnocovanie:** využívanie výsledkov v praxi alebo na tvorbu politík

Zároveň je potrebné nastaviť míľniky komunikačnej stratégie:

1. Komunikačné ciele
2. Cieľové skupiny
3. Hlavné odkazy
4. Aktivity a kanály
5. Komunikačné ukazovatele

Základom program EÚ je **inklúzia**, rovnako ako **inkluzívna komunikácia.** Jej cieľom je správať sa ku každému s rešpektom.

V rámci komunikačného plánu projektu je potrebné:

* **Hlavné odkazy:**
* Každý cieľ aj každá cieľová skupina – potreba mať zodpovedajúci **odkaz**;
* úlohou odkazov je pritiahnuť cieľové skupiny v rámci projektu a zamerať sa na ich záujmy;
* je potrebné ich definovať jasne, stručne a ľahko zapamätateľné;

****

**Vizuálna identita v rámci projektu**

V rámci projektu je potrebné pri komunikácií si vytvoriť vizuálne prvky: logo, písmo, obrázky a zároveň:

* webstránku projektu – v rámci Trnka,n.o. – www,trnka.biz – kde bude vytvorený priečinok/záložka o tomto projekte; každý z partnerov na svojich webstránkach takisto vytvorí priečinok/záložku pre tento projekt;
* digitálne materiály (prezentácie v programe Power-Point, dokumenty, e-mailový podpis);
* tlačené materiály (plagáty, brožúry......) vždy, keď je to možné, uprednostnenie verziu bez papiera;
* účty na sociálnych médiách;
* propagačné materiály (šálky, perá, tričká a podobne);

Prístupný dizajn znamená zabezpečiť, aby sa čo najviac ľudí mohlo dostať k našej práci a malo z nej úžitok. Je potrebné všetky vizuálne prvky zabezpečiť aj pre osoby zdravotne znevýhodnené.

V rámci projektu je potrebné používať logo EÚ:



Počas realizácie projektu budeme postupne predstavovať jednotlivých členov konzorcia a ich zástupcov. Je potrebné informácie poskytovať formou príbehov. Takýmto spôsobom zverejňovať postupne celý priebeh realizácie projektu, a to:

* na webstránkach prijímateľa a partnerov;
* správach;
* tlačových správach;
* príspevkoch na sociálnych sieťach;
* videá, fotografie;
* publikácie (letáky, brožúry a podobne);

Tvorba obsahu je súčasťou komunikačnej stratégie a plánu. Pravidelne ho budeme aktualizovať na mesačnej bázy a v súlade s časovým plánom realizácie aktivít projektu. Veľký dôraz budeme klásť na digitálnu a interaktívnu formu, pri ktorej sa odkazy a multimediálny obsah zobrazujú spolu s textom a tým pádom ide o väčšiu príležitosť spolupracovať s cieľovou skupinou.

Pravidlá pri písaní digitálne textu:

* má byť stručný a jednoduchý;
* uprednostňuje činný rod pred trpným;
* používať nadpisy a odseky;
* používať odkazy, pútavé vizuálne prvky a multimediálny obsah;

Jednotlivé kroky v rámci komunikácie:

1. Zhrnutie projektu:
* Súvislosť
* Ciele
* Realizácia
* Výsledky
1. Správy:
* na začiatok uviesť najdôležitejší fakt;
* uplatniť princíp 5 otázok: kto?, čo? kedy? kde? prečo?
* včasnosť;
* relevancia;
* významné postavenie – ak bude súčasťou projektu nejaká významná osobnosť;
1. tlačová správa:
* uplatniť princíp 5 otázok: kto?, čo? kedy? kde? prečo?
* nosné prvky správy;
* citáty;
* údaje, odkazy a kontaktné údaje;
1. príspevok na sociálnych sieťach:
* identifikácia, ktorý kanál alebo kanály sociálnych médií sa použije;
* hovoriť jazykom publika – adresát príspevku a cieľové skupiny rámci projektu; použitie multimediálneho obsahu;
* vizuálna komunikácia – videá, fotky, obrázky, infografika;
* nápady by mali byť kreatívne;
* zakončenie príspevku výzvou k akcii;
* správne používať hastagy – štítky a značky;
1. Komunikačný materiál:
* uplatniť 3 zásady: zredukujte, znovu použite, recyklujte;
* vždy používať vizuálnu identitu projektu;
* ak ponúkneme drobné predmety- zodpovedne ich vybrať;
* používať pútavé nadpisy, aby materiál vynikol;

Výsledky projektu sú hmatateľné alebo nehmatateľné – napr. publikácie (manuály, správy), nové pracovné postupy alebo skúsenosti účastníkov. Je potrebné výsledky projektu alebo aj výsledky jednotlivých aktivít zdieľať.

Zdieľanie je dôležité pre:

* uznanie našich úspechov;
* šírenie kolektívnych vedomostí;
* budovanie komunity a kultúry vzdelávania;

**Logo pre projekt:**

****

Toto logo sa bude používať u prijímateľa ako aj všetkých partneroch. Bude použité pre všetky výstupy ako aj výsledky projekty. V grafickom ako aj farebnom rozlíšení.

**Komunikačný plán**

Predstavenie príjimateľa a partnerov

Začiatok projektu

webstránka//správa

prijímateľ a partneri

Aktivita 1

Platformy sociálne siete/FB/Instragam; videá, fotky, online stretnutia, správy web

Aktivita 2

Videá, forografie z realizácie 3D pomôcok, web správy a FB/Instagram

Aktivita 3

Pozvánky, videá, fotografie, web správy, FB/Instagram, podujatia/workshop Bratislava

Aktivita 4

Pozvánky, videá, fotografie, web správy, FB/Instagram, podujatia/workshop Praha

Aktivita 5

Aktivita 6

Tlačová konferencia Praha, Bratislava, web správy, fotografie, videá, FB/Instagram, propagačné materiály

Cieľová skupina – žiaci základných škôl so zdravotným postihnutím, učitelia

Časový harmonogram v zmysle trvania každej aktivity

Trvanie projektu 6 mesiacov