



# KOMUNIKACIJSKI IZZIVI pri projektih Erasmus+

Maja Bertoncelj, Tina Kenk  
CMEPIUS, 2022

# Vsebina

- **I. DEL: Predstavitev osnovnih komunikacijskih smernic Evropske komisije**
  1. Komunikacijska strategija in komunikacijski načrt
  2. Vizualizacija
  3. Tekstopisje
  4. Diseminacija rezultatov
  5. Vrednotenje komunikacijskih aktivnosti
- **II. DEL: Predstavitev osnovnih komunikacijskih kanalov z nasveti in namigi za upravljanje**
  - Spletna stran
  - Družbena omrežja (Facebook, Instagram, LinkedIn)
  - Lokalni mediji
  - Organizacija dogodkov

# ZAKAJ?

1. Pogodbena obveznost, ki jo navaja tudi Vodnik.
2. Osrednji namen naših aktivnosti je, da se dotaknemo čim širšega kroga ljudi.

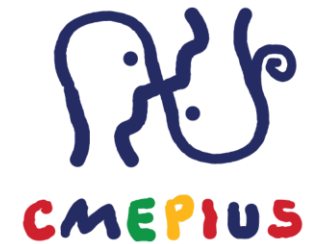


Foto: kroshka\_nastya / Freepik

# NA POMOČ!

- Guidelines: [How to communicate your project.](#)
- Slovenski prevod v pripravi.
- Uporabni, konkretni, uporabniku prijazni napotki

... ki pa jih (kot vse stvari v življenju) uporabimo smotrno.



# Komunikacija (communication)

## PROMOCIJA (promotion)

- širjenje informacij o projektu, o vaši instituciji, aktivnostih itd.
- široka ciljna skupina
- traja pred in ves čas trajanja projekta
- s promocijo zagotavljamo **VIDNOST (visibility)** projekta

## REZULTATI PROJEKTA // UČINKI PROJEKTA (output vs. impact)

**DISEMINACIJA** REZULTATOV – ciljano komuniciranje, pazljivejša izbira kanalov in ciljne skupine, zagotavlja **UPORABO (exploitation)** in **TRAJNOST (sustainability)** rezultatov.

# 1 Smernice – pregled vsebine

## Načrtuj svoje potovanje – komunikacijska strategija



**Dobra in premišljena osnova ... Je prihranek časa v nadaljevanju.  
Razlikujmo strategijo in načrt! Razlikujmo med promocijo in diseminacijo!**

1. **Komunikacijski cilji:** Kaj želimo doseči?
2. **Ciljne skupine:** Pri kom to želimo doseči?
3. **Ključna sporočila:** Kaj želimo povedati?
4. **Kanali in aktivnosti:** Kako bomo to povedali?
5. **Merjenje rezultatov:** Kako bomo izmerili rezultate?



# 1

Smernice – pregled vsebine

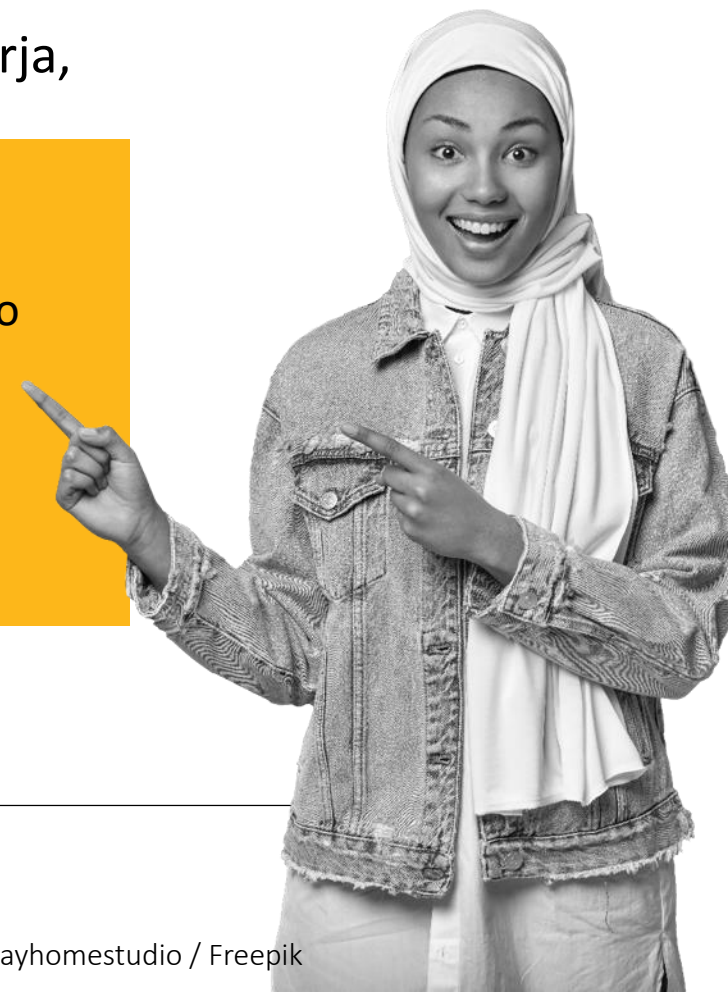
## Načrtuj svoje potovanje – komunikacijski načrt



- Natančen plan vseh komunikacijskih aktivnosti, lahko že v obliki koledarja, ki točno določa, KDO naredi KAJ in KDAJ:
  - Časovni okvir
  - Kom. aktivnost
  - Kom. kanal
  - Cilj
  - Ciljna skupina
  - Ključni kazalniki uspešnosti
  - Odgovorna oseba

### **NAMIG:**

Na spletu obstaja veliko brezplačnih predlog za komunikacijski načrt, recimo tukaj: [klik](#).





# 2

Smernice – pregled vsebine

## Vizualizacija projekta



**Vizualna komunikacija** je zelo pomembna!

### 1. Vizualna podoba projekta vključuje:

- Logotip projekta
- Pisava (fonti)
- Fotografije (avtorske, iz knjižnic)
- Izbira vizualnega gradiva pri komuniciranju: vključevanje in raznolikost
- Pazite na avtorske pravice in GDPR!



### **NAMIG:**

Brezplačni fonti: [DaFont](#), [Google Fonts](#)

Brezplačne fotografije: [Unsplash](#), [Pexels](#)

Fotografije in grafike: [freepik](#), [flaticon](#)

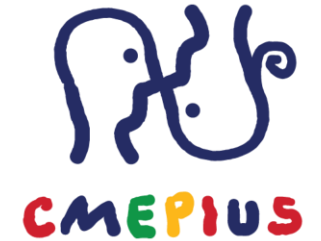
Fotografije brez ozadja: [Rawpixel](#) (+public domain)

Foto: wayhomestudio / Freepik



# 2 Smernice – pregled vsebine

## Vizualizacija projekta



### 2. EU logo

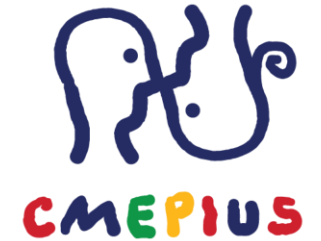
- Pri vseh komunikacijskih materialih moramo izpostaviti, da je projekt sofinanciran s strani Evropske unije.



**Sofinancira  
Evropska unija**

# 2 Smernice – pregled vsebine

## Vizualizacija projekta



### 2. EU logo

- Pri vseh komunikacijskih materialih moramo izpostaviti, da je projekt sofinanciran s strani Evropske unije.

Samo nacionalne agencije:



Sofinancira  
Evropska unija



Erasmus+  
Bogati življenja, širi obzorja.

# 2 Smernice – pregled vsebine

## Vizualizacija projekta



### 2. EU logo

- Pri vseh komunikacijskih materialih moramo izpostaviti, da je projekt sofinanciran s strani Evropske unije.



**Sofinancira  
Evropska unija**

Samo nacionalne agencije:



**Erasmus+**  
Bogati življenja, širi obzorja.



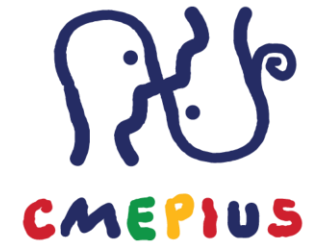
# KJE JE ERASMUS+??

**Ime programa  
izpostavljammo  
v besedilih,  
spremnem  
tekstu ipd.**



# 2 Smernice – pregled vsebine

## Vizualizacija projekta



- **Uporabite večpredstavnostno vsebino.** Slike, videoposnetki ali infografike pritegnejo pozornost uporabnika veliko hitreje in učinkoviteje kot samo besedilo.
- Vizualne vsebine postanejo del **iste pripovedi**. Vedno uporabi vašo celotno grafično podobo (font, barve, logotip). Oblikuj v brezplačnih orodjih ([Canva](#), [Befunky](#)).

### Slike:

uporabi ustrezno dimenzijo in resolucijo.  
Brezplačne knjižnice. Avtorstvo!

### Videoposnetki:

naj ne bodo daljši od ene minute. Če se le da naj bodo z napisi ali podnaslovljeni.  
Enostavno urejanje v aplikacijah ([Video.guru](#))

### Infografike:

številke in podatke prikaži vizualno.

# 3 Smernice – pregled vsebine

## Tekstopisje

Information



Storytelling

- Objava za spletno stran
- Sporočilo za medije
- Novičke na spletni strani
- Objave na družbenih omrežjih

**CMEPIUS**  
Just now · 🌐

Na OŠ Mali Vrh od leta 2018 sodelujemo v KA2 projektu Erasmus+ z naslovom „Zviševanje socialnih kompetenc otrok iz migrantskih družin“, v okviru katerega smo opravili tri delovne sestance pri našem partnerju, osnovni šoli XY iz Avstrije. Eden izmed rezultatov projekta je tudi priročnik v e-obliki, ki ga bomo razdelili v vseh osnovnih šolah v regiji, namenjen pa je tudi vsem staršem.



**Zviševanje socialnih kompetenc otrok iz migrantskih družin**



Sofinancira  
Evropska unija



**CMEPIUS**  
Just now · 🌐

[ALI STE VEDELI] 🤔  
... da na silvestrovo točno ob polnoči v Turčiji 🇹🇷 odprejo vse pipe in tako sreči v novem letu utirajo pot? 🤩👀👉  
To sta nam danes povedala **Emir in Urška**, ki sta pripravila skupni govorni nastop o različnih prazničnih običajih v Evropi. 🇪🇺🤝  
👉 Gre za eno izmed aktivnosti našega projekta #ErasmusPlus za zviševanje socialnih kompetenc otrok iz migrantskih družin.  
👉 V prihodnjih tednih bomo z vami delili še več primerov aktivnosti. 🤗



Projekt Erasmus+: Zviševanje socialnih kompetenc otrok iz migrantskih družin



Sofinancira  
Evropska unija



# 3 Smernice – pregled vsebine

## Tekstopisje



### 4 zlata pravila pisanja digitalnih vsebin

1. Objave naj bodo **kratke** in **preproste**.
  2. Prednost dajte **aktivni obliki glagolov**.
  3. **Strukturirajte** vsebino (alineje) in **izboljšajte berljivost** (besedilo vizualno poudari npr. z [YayText](#)).
  4. Dodaj **povezave** (linki, taganje), privlačne **vizualne elemente** ([emoji-je](#)) in **večpredstavnostno vsebino**.
- + 5. **Družbena omrežja**: Objavo zaključite s „**pozivom k akciji**“ in dodaj **ključnike** (#cmepius #ErasmusPlus).



Foto: drobotdean / Freepik



# 3

Smernice – pregled vsebine

## Tekstopisje



### Izkoristi ključne komunikacijske momente!

Veliko vsebine lahko spišemo vnaprej:

- Določimo pomembne **komunikacijske momente** (lansiranje projekta, študijski obisk, načrtovana mobilnost ... to, kar že vnaprej vemo, da se bo dogajalo)
- Posebne priložnosti, kot so obletnice ali priznani mednarodni dnevi (povezani s projektom), so idealen trenutek za povečanje promocije in vidnosti projekta.

Ti komunikacijski momenti so kot magneti za privabljanje uporabnikov, vendar bodi pozoren, saj **ni vsaka vsebina primerna za vsak kanal.**

# 4 Smernice – pregled vsebine

## Diseminacija rezultatov

Ciljano komuniciranje, pazljivejša izbira kanalov in ciljne skupine, zagotavlja **UPORABO (exploitation)** in **TRAJNOST (sustainability)** rezultatov.

Projekti Erasmus+ so zakladnica znanja, orodij in dobrih praks, ki naj bodo na razpolago vsem državljanom Evrope.

→ Določimo ustrezne komunikacijske kanale:

- **Spletna stran!**
- KA2 na [EPRP](#)
- **Diseminacija strokovni javnosti** - neposreden dostop do ciljne skupine: direktno pismo, nagovor, dogodki (trajnost!)
- Družbena omrežja (Ja? Katera?)

**Sharing is caring.**

# 5

Smernice – pregled vsebine

## Vrednotenje rezultatov



**What gets measured, gets improved.**

**O vrednotenju razmišljajmo PRED, MED in PO aktivnostih.**

Izberite KPI-je (Key Performance Indicator= Ključne kazalnike uspešnosti).

- Družbena omrežja: doseg (reach) ali reakcije (reactions).
- Spletna mesta: število obiskovalcev, čas obiska, število klikov ipd.
- Mediji: število objav, število novinarjev, ki so prišli na dogodek.
- Dogodki: število udeležencev dogodka ali webinarja, analiza anketnega vprašalnika po dogodku.

Komunikacij  
ski kanali

# Komunikacijski kanali za vaš projekt

## 1 Spletna stran

primarni komunikacijski kanal

**Pomembnost informacij o projektu**

## 2 Družbena omrežja

podporni komunikacijski kanali

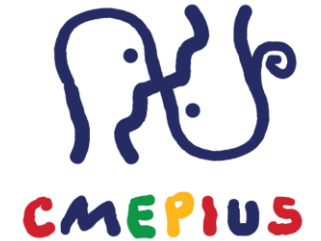
**Pomembnost vizualne komponente**

## 3 Lokalni mediji



Foto: kycstudio from Gezzy Images Signature / Canva

# 1 Spletna stran



- **podstran** o projektu vs. **pristajalna spletna stran** „

+/-	Spletna podstran	Pristajalna stran (Landing page)
<b>Prednosti</b>	Veliko hitreje in lažje je postavljena Manjši stroški Stran je vedno aktivna	Imamo proste roke pri oblikovanju Večjezičnost
<b>Slabosti</b>	Običajno smo zelo omejeni pri prostoru in oblikovanju	Potreben je zakup domene Večji stroški Več dela z urejanjem Po zaključku projekta stran zamre

- **Vsebina na strani: opis projekta (cilji, rezultati, pričakovan učinek)**
- objavljanje novičk (izbira ustreznih tem, princip obrnjene piramide, citati, linki, povezave do družbenega omrežja ...)
- Kdaj se lahko lotimo bloga?

## Primeri spletnih strani projektov:

- [DigiStorID – Digital storytelling](#)
- [FARMID](#) – FARming as an employment opportunity for people with Mild Intellectual Disability

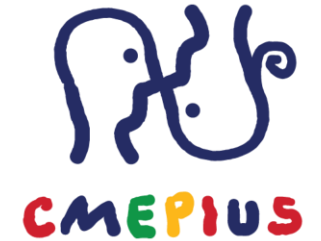
# POMEMBNO

**Logotip EU naj bo že na  
vstopni strani spletne  
strani šole.**





# 2 Družbena omrežja



Določite kanale družbenih medijev glede na ciljne skupine, namen in vire.



## Kako?

**Raziščite kanale** - Vsako družbeno omrežje ima edinstvene lastnosti, prednosti in slabosti.

- Katera omrežja uporabljajo naše **ciljne skupine**? Naučite se jezika svojega občinstva!
- Ali so podobni projekti že prisotni na družbenih omrežjih?
- Katere **vire** potrebujemo za upravljanje teh omrežij?
- Razlika med osebnimi in poslovnimi profili!
- Za objavljanje **izkoristite tudi druge kanale** (Epale, eTwinning)

Če se le da, ne ustvarjamo novih profilov.



# Specifike družbenih omrežij

	Facebook	Instagram	LinkedIn
Namen uporabe omrežja	Povezovanje s prijatelji Informiranje Predstavitev	Zabava s prijatelji Iskanje navdiha Sledenje vplivnežem	Poslovne priložnosti Iskanje kadrov Grajenje ugleda, PR
Objave	Prepletanje vsebine in vizualne podobe	Poudarek na vizualnosti	Poudarek na vsebini
Pogostost objave	Največ ena objava na dan, najmanj 3 na teden	Redne objave (aktivnost vsak dan)	1-2 objavi na teden
Čas objave	pon-pet, Podnevi (Insights/Vpogledi)	pon-sob, med 9h in 21h, (Insights v business profilu)	pon-pet Med delovnim časom
Dogodki	✓	x	✓
Emotikoni	✓	✓	✓ (zmerno)
Story-ji	✓	✓✓ Vpleti sledilce	x

**Pomoč pri dimenzijah slik:**  
[2022 Social Media Image Dimensions \[Cheat Sheet\]](#)  
 [\(mainstreethost.com\)](https://www.mainstreethost.com)

# Načrtuj svoje pojavljanje na družbenih omrežjih

Za objavljanje na družbenih omrežjih je treba upoštevati dve zlati načeli:

## 1. Čas objave

## 2. Pogostost

Pomagaj si s koledarjem objavljanja na družbenih omrežjih.

Za Facebook in Instagram objave urejaj v [Meta Business Suite](#).

### **NAMIG:**

Na platformi [Hootsuite](#) najdeš več nasvetov in brezplačnih predlog. Načrtovanje lahko še bolj poenostaviš z vključitvijo orodij, kot sta [Buffer](#) ali [Falcon](#), s katerimi lahko vnaprej načrtuješ svoje aktivnosti na družbenih omrežjih.

[PRIMER DOBRE PRAKSE]  
**Podeželska šola osvaja svet**

Na **Osnovna šola in vrtec Apače** se ne bojijo izzivov. Čprav odmaknjeni od mestnih središč, pa so skozi mednarodne projekte povezani z vrstniki po vsej Evropi.

Njihovo odlično delo smo v letu 2021 nagradili z zlatim kablom #eTwinning za projekt **Lesen m@cht Spass**, s katerim so spodbujali bralno kulturo tako v materinem kot tujem jeziku.

Več o njihovih eTwinning podvigih preberite tukaj:  
<https://bit.ly/3qLCI9A>

OŠ Apače s svojimi mednarodnimi projekte odpira podeželje v svet!  
 Bravo in le tako naprej!

#cmepius #eTwinning



1.306 Dosežene osebe  
 146 Dejavnosti  
 ↑ +1,4x higher Distribution score

Promoviraj objavo

13

2 delitvi

[REZULTATI RAZPISA]

Na spletni strani smo pravkar objavili sklepe o izboru za **projekte mobilnosti KA122**, prijavljene na dodatni rok:

<https://bit.ly/335L0uD>

Na istem mestu boste našli tudi sklepe o izboru akreditacij Erasmus.

V prihodnjih dneh boste vsi prijavitelji prejeli obvestila o izboru na kontaktni mail, ki ste ga navedli ob prijavi.

Čestitamo vsem, ki ste bili izbrani!

In ne pozabite – razpis 2022 je že zunaj, zato zavijajmo rokave:

<https://bit.ly/31CJdGP>

#cmepius #ErasmusPlus



1.775 Dosežene osebe  
 339 Dejavnosti  
 – Distribution score

Promoviraj objavo

19

3 komentarji 4 delitve

[ALI STE VEDELI]

**Koliko je trenutno odprtih projektov?**

V spodnjih grafikah si oglejte, koliko je trenutno odprtih projektov v posameznih statističnih regijah, pripravili pa smo tudi prikaz glede na število prebivalcev. Bravo Savinjska regija!

Vas zanima, kakšno je število projektov v vaši regiji? Napišite jo v komentar in z veseljem odgovorimo.

#cmepius #ErasmusPlus

### Skupno število odprtih projektov\* po regijah



### Število odprtih projektov\* glede na število bivalcev v posamezni regiji



### Skupno število odprtih projektov\*

894

1.152 Dosežene osebe  
 91 Dejavnosti

Promoviraj objavo

17

8 komentarjev 1 delitve



# 3 Lokalni mediji

## Koga poznamo?

- Uporabljajmo pravila novinarskega pisanja (načelo obrnjene piramide, citati, mednaslovi ...)
- Vizualno gradivo!
- Kot velja za vsako komuniciranje o projektu: izpostavimo vsebino, rezultate, učinek.

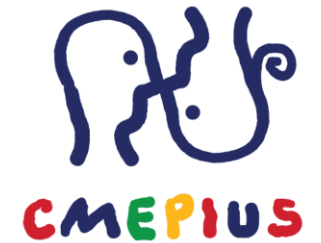


Foto: Freepik

Skupaj nare  
dim primer

## Primer 1

Projekt na temo “Vključevanje otrok iz drugačnega kulturnega okolja v vrtce in premagovanje jezikovno-kulturnih barrier”. Zaradi vala beguncev iz Ukrajine bodo v vrtce, v katerih dijaki opravljajo prakso, vključeni otroci iz drugačnih kulturnih okolij.

Med izzive današnje demokratične družbe lahko prištejemo soočanje Evrope z migracijami, lastnimi stereotipi, strahovi in jezikovno vse bolj razvejano družbo. Ker je ravno to družba, ki bo našim dijakom predstavljala prihodnje delovno okolje, smo se odločili, da raziščemo vključevalne prakse znotraj vrtcev v Nemčiji in Franciji.

AKTIVNOST: mobilnost 10 dijakov na praktično usposabljanje v tujino za 3 tedne  
mobilnost 3 učiteljev na sledenje na delovnem mestu (job shadowing)

Naloga: Naslov projekta?

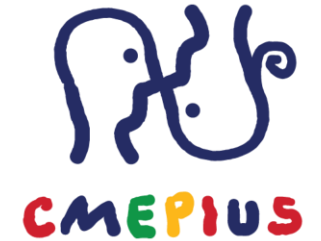
www.menti.com uporabi kodo **5586 7965**

<https://www.menti.com/ygky5gb7hq>



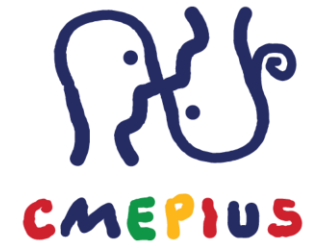


## Na ravni dijakov/šole med cilje projekta prištevamo:



- Dijaki bodo vključeni v vrtce, kjer bodo prisotne več kot tri nacionalnosti otrok, ob tem si bo minimalno 60 % vključenih dijakov pri delu s temi otroki pridobilo vsaj dve metodi oz. dva vključevalna pristopa, ki ju bodo kasneje predstavili ter uporabili v šoli in domačih vrtcih. Znanja in spretnosti bodo pridobivali preko opazovanja vzgojiteljev pri delu, pogovora z vzgojitelji in konkretnega dela z otroki.
- Vsaj 50 % vključenih dijakov bo na mobilnosti izboljšalo svoje komunikacijske zmožnosti in svoje razumevanje tujega jezika. Pred in po mobilnosti bomo z dijaki opravili test iz tujega jezika (razumevanje besedila, strokovna terminologija).
- Po izpeljani mobilnosti bo z novim šolskim letom vsaj 20 % učiteljev na programu predšolska vzgoja pridobljena znanja in spretnosti, ki so jih pridobili med izvedbo projekta, vpletlo v svoje LDN-je in tako pripomoglo k širjenju strpnosti in sprejemanja v medkulturnem okolju med dijaki predšolske vzgoje.
- V projektu pridobljena znanja in pristope bomo vključeni učitelji in dijaki predstavili vsaj 50 % strokovnim delavcem pomurskih vrtcev in njihovim ravnateljem. Dokaz bodo zapisniki o predstavitev in slikovno gradivo predstavitev.

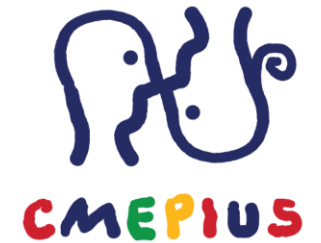
# Katere 3 kanale bi izbrali za diseminacijo posameznega cilja?



[www.menti.com](https://www.menti.com) uporabi kodo 5586 7965

<https://www.menti.com/ygky5gb7hq>

# Katere 3 kanale bi izbrali za promocijo projekta?



[www.menti.com](https://www.menti.com) uporabi kodo 1294 0805

<https://www.menti.com/k61nxvwa7t>

# Organizacija dogodkov



# Spletni dogodki

Tina Kenk, CMEPIUS, 2022

# Kaj se je zgodilo?



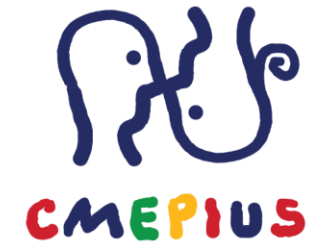
Foto: Cmepius, lasten arhiv

# Nova realnost - HIBRIDNI DOGODKI





# Organizacija dogodka



# Priprava

- Prava aplikacija (snemanje, prenos v živo, ankete, skupine, je brezplačna, registracija, jo imamo...)
- Določi **vloge** (gostitelj, tehnik, moderator, govornici)
- Testiranje
- Rezervni načrt



Foto: Canva

# Tipi spletnih dogodkov

1. **Webinar** - veliko ljudi, vprašanja (Q&A), strukturirano
2. **Spletni sestanek/konferenca**- manj ljudi, bolj interaktivno, vsi sodelujejo
3. **Hibridni dogodek** (kombinirani dogodek)- fizično in spletno



# Finance

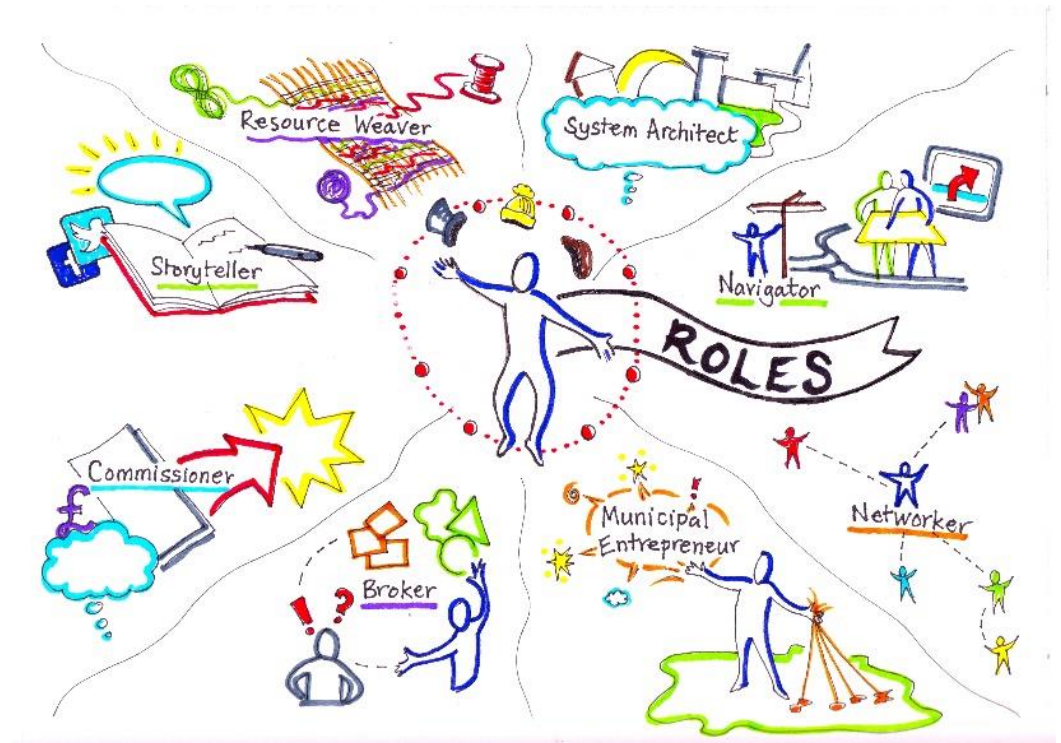
- Tehnična oprema
- Govorci
- Moderator
- Spletni dogodek - **ni nujno, da je cenejši**



Foto: Canva

# Vloge/akterji

1. Gostitelj
2. Tehnik
3. Moderator
4. Predavatelj
5. Pomočnik od zunaj
6. Oseba, ki spremlja pogovor/vprašanja





# TEAMWORK MAKES THE DREAM WORK



# Ogrevanje

- **Ice-breakers** - spodbuda udeležencem, da aktivno sodelujejo
- **Warm-ups** - da se udeleženci spoznajo med seboj
- **Energisers** - dvignejo energijo

→ CILJ: udeleženci se sprostijo, se počutijo udobno, se spoznajo z orodjem, se povežejo



# Delo v skupinah

- Kaj je vaš namen
- Koliko udeležencev
- Sestava skupin
- Točna navodila v naprej
- Časovna omejitev
- Čas za poročanje

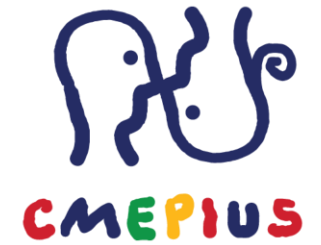
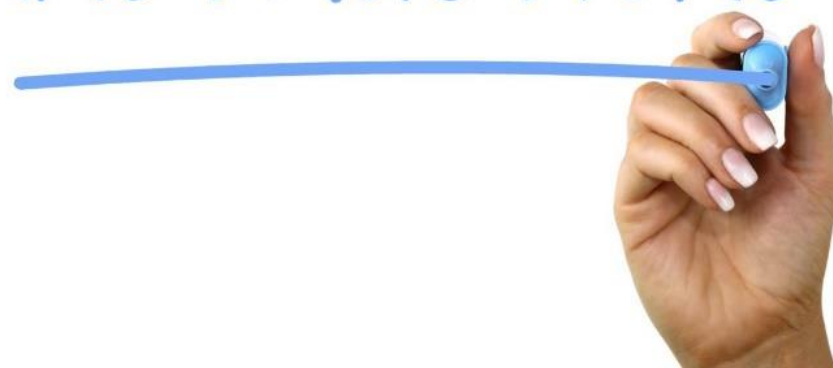


Foto: Canva

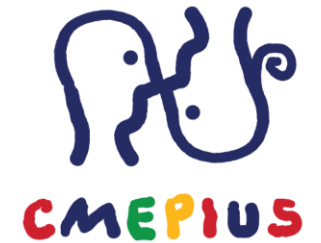
# Navodila udeležencem

- Pošlji dnevni red
- Tehnična navodila
- Opomnik s povezavo
- **Bonton spletnih dogodkov**
  - Pripravi delovno okolje
  - Kava/čaj/prigrizki
  - Preveri kamero in mikrofonski sistem, signaliziraj, če želiš govoriti
  - Udobno se namesti, izklopi telefon, maili... rezerviraj si čas

INSTRUCTIONS



# Kako ohranjati virtualno dogajanje živo?



## SPLETNA ORODJA



Foto: nakaridore / Freepik

# Spletna orodja

- ZOOM vprašalnik
- [Jamboard](#) (Google)
- [Mentimeter](#)
- [Slido](#)
- [Votz.in](#)
- ...



# Napotki

**1** Omejeno število orodij (manj je več)

**4** Največ 4 ure na dan

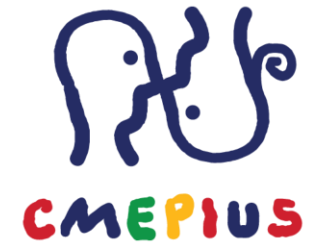
**2** Preprosta struktura (15-30-15)

**5** Tehnična navodila udeležencem

**3** Jasen namen

**6** Prijetno delovno okolje

# Povzetek



## Živi dogodki

- Mreženje
- Druženje

## Virtualni dogodki

- Dostopnost
- Učinkovitost

## Hibridni dogodki

- On-line platforme
- V živo – virtualno

# Trajnostni dogodki

- Način izvedbe dogodka
- Lokacija- - ponudnik
- Prevoz
- Prehrana
- Brezpapirni dogodki
- Ravnanje z odpadki



Foto: [www.cmepius.si](http://www.cmepius.si)



# Spremljajte nas!



spletna stran [www.cmepius.si](http://www.cmepius.si)



[/CMEPIUS](#)



[/CMEPIUS](#)



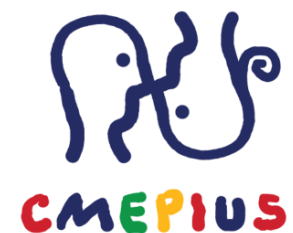
[/CMEPIUS](#)



[CMEPIUS](#)



e-novičke [CMEPIUS](#)



**CMEPIUS**

Center RS za mobilnost in evropske programe  
izobraževanja in usposabljanja

Ob železnici 30a, 1000 Ljubljana | E-pošta: [info@cmepius.si](mailto:info@cmepius.si)  
Tel.: +386 1 620 94 50 | Faks: +386 1 620 94 51

**Pišite nam! 😊**

[maja.bertoncelj@cmepius.si](mailto:maja.bertoncelj@cmepius.si)

[tina.kenk@cmepius.si](mailto:tina.kenk@cmepius.si)

