

## Plan diseminacije

*Učiniti aktivnosti i rezultate projekta vidljivim  
svim sudionicima projekta, interesnim  
skupinama, široj zajednici*

## Plan diseminacije

- Mora se uključiti u razvoj cjelokupnog projektnog plana
- Voditelj projekta (konzorcij projekta) definira diseminacijsku strategiju, koja se onda razrađuje i konkretizira
- Diseminacija rezultata EU projekata je obavezna unutar trajanja projekta (naznaka da se radi o EU financiranju)
- Definirati što se projektom želi promijeniti i koje izlaze (*outcomes*) projekt treba polučiti
- Planirati sredstva i ostale resurse potrebne za realizaciju plana diseminacije



## Naznaka da se radi o EU financiranju



## Plan diseminacije - strategija

- **Svrha:** podijeliti rezultate projekta s interesnim skupinama (*stakeholders*) i društvenom zajednicom u cjelini
- **Odgovoriti na pitanja:**
  - Što želimo postići? – **CILJ**
  - Kako ćemo to postići? – **NAČIN**
  - Koliko vremena nam treba? – **ROKOVI**
  - Imamo li potrebne resurse? – **BUDŽET**
  - Kako ćemo znati da je cilj postignut? – **EVALUACIJA**

## Plan diseminacije - tablica

Opisuje sljedeće:

- **Kada** – u kojoj fazi projekta
- **Kako** – metode diseminacije
- **Kome** – ciljna publika
- **Zašto** – namjera
- **Što planirate diseminirati** – ključna poruka

! Posebno definirati za svaku projektnu aktivnost/događaj/rezultat koji se želi diseminirati

Vrijeme	Aktivnost	Publika	Namjera	Ključna poruka

## Plan diseminacije - tablica

### **Kada** – u kojoj fazi projekta

- Odlučite kada će različite diseminacijske aktivnosti biti relevantne.
- Poruka će biti drugačija, zavisno od projektne faze
  - na početku projekta → podizanje svjesnosti
  - na kraju projekta → prodaja rezultata projekta

Vrijeme	Aktivnost	Publika	Namjera	Ključna poruka

## Plan diseminacije - tablica

### **Kako** – metode diseminacije

- Primjeri diseminacijskih metoda:

Znanstvene publikacije Prezentacije na konferencijama Radionice <i>Newsletteri</i> Brošure, letci Plakati Projektna web stranica Sastanci konzorcija Izveštaji i drugi dokumenti	Javna predavanja Festivali znanosti Znanstveni kafići Znanstveni muzeji	Konferencije za medije Priopćenja medijima Novinski članci TV emisije (specijalizirane) Web portali
--	--	---

Vrijeme	Aktivnost	Publika	Namjera	Ključna poruka

## Plan diseminacije - tablica

### **Kome** – ciljna publika

- Razmisliti kome se želite obratiti i što oni mogu učiniti za vaš projekt.
- Identificirajte različite pojedince, grupe i organizacije koje su zainteresirane za ono što vi radite. Razmislite o sljedećim skupinama:
  - **Interno** (*internal*) – partneri na projektu
  - **Vanjske interesne grupe** (*stakeholders*) – privatni i javni sektor
  - **Zajednica** (*community*) – šira i lokalna

Vrijeme	Aktivnost	Publika	Namjera	Ključna poruka

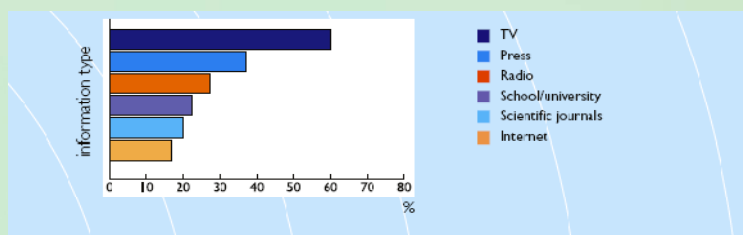
## Plan diseminacije – kako kome?

Znanstvena zajednica	Poslovna zajednica	Šira društvena zajednica	Lokalna zajednica

## Plan diseminacije – kako kome?

Znanstvena zajednica	Poslovna zajednica	Šira društvena zajednica	Lokalna zajednica
Konferencije	Sajmovi	TV, radio	Lokalni mediji
Znanstveni časopisi	Stručne publikacije	Tiskani mediji	Događaji vezani uz rezultate projekta/ Festivali znanosti, scibarovi
Spec. web	Seminari	Internet	Letci, plakati
Baze podataka	Radionice	Letci, plakati	Peticije i ankete
Ostala literatura	Brošure	Znanstveni muzeji	Sastanci konzorcija

## Glavni izvori znanstvenih informacija



**Izvor:** European research, Guide to succesful communication, EK, Belgija, 2004 (Eurobarometer: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/](http://ec.europa.eu/public_opinion/) (Anketa "Europeans, Science and Technology", 2001.)

Uzorak: 15EU MS, N=16029, Godište: 15+

## Plan diseminacije - tablica

### **Zašto** – namjera

- Podići svjesnost (*raise awareness*) – pokazati drugima što radimo
- Informirati (*inform*) – educirati zajednicu
- Uključiti (*engage*) – dobiti povratnu informaciju zajednice i interesnih skupina
- Promovirati (*promote*) – 'prodati' rezultate

Vrijeme	Aktivnost	Publika	Namjera	Ključna poruka

## Plan diseminacije - tablica

### **Zašto** – namjera ili cilj diseminacije znanstvenoistraživačkih projekata

- Skretanje pažnje državnoj i lokalnoj upravi, javnim i privatnim izvorima financiranja o potrebi i koristima znanstvenoistraživačkih i razvojnih projekata
- Privlačenje interesa potencijalnih partnera ili ulagača
- Privlačenje talentiranih studenata i znanstvenika na instituciju ili tvrtke partnere
- Dizanje reputacije svih projektnih partnera na lokalnoj, državnoj i međunarodnoj razini
- Generiranje potreba na tržištu za razvijenim proizvodom ili uslugama

## Plan diseminacije - tablica

### Što planirate diseminirati – ključna poruka

- Poslati pravu poruku, pravoj publici
- Fokusirati se na jasne, jednostavne poruke koje su lako razumljive, objasniti stručne pojmove
- Ne stvarati nerealistična očekivanja na početku projekta
- Fokusirati se na pozitivne rezultate i koristi koje oni donose

Vrijeme	Aktivnost	Publika	Namjera	Ključna poruka

## Evaluacija diseminacijskih aktivnosti

- Kvantitativna evaluacija
  - Web → broj posjeta na stranicama projekta
  - Članci → broj znanstvenih članaka, broj članaka u dnevnim novinama, Internet portalima
- Kvalitativna evaluacija
  - Broj citata znanstvenog članka
  - Članak u lokalnim novinama ili u utjecajnom dnevnom listu / tjedniku (?)
  - Istraživanje (Anketa, intervju)
- Skupljanje objavljenih članaka (*press clipping*)
- Pretplata na komercijalne servise koji rade *press clipping*
  - (npr: [www.presscut.hr](http://www.presscut.hr))



## Korisni izvori

- *European research, Guide to succesful communication*, EK, Belgija, 2004
- Science, Technology, Engineering and Medicine Public Relations Association (STEMPRA: <http://www.stempira.org.uk/advice.html>)
- US National Association of Science Writers: <http://www.nasw.org/>)
- Eurobarometer: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/](http://ec.europa.eu/public_opinion/)
- Msc in Communicatig science:  
<http://members.znanost.org/~duje/portfolio/portfolio.html>
- Upute za komuniciranje s medijima (RC za prijavljivanje e-projekata)

## Grupni rad

- Rad u grupi 30 min
- Prezentacija grupnog rada 15 min

**Ne zaboravite:**

**Ako nije *diseminirano* – ne postoji!**