

erasmus



UPOWSZECHNIANIE I WYKORZYSTYWANIE REZULTATÓW

Materiały szkoleniowe dla beneficjentów programu Erasmus+



SPIS TREŚCI

1 WPROWADZENIE

Dlaczego warto upowszechniać rezultaty?

Teoretycznie

Upowszechnianie vs. promocja

Rezultaty, czyli wyniki i sukcesy naszych działań

4 KREACJA DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH

Proces upowszechniania

Narzędzia

Trwałość

Zmierz swój sukces

Najczęściej popełniane błędy

7 OBOWIĄZKI BENEFICJENTÓW PROGRAMU ERASMUS+

Informacja i promocja

Platforma Rezultatów Projektów Erasmus+

WPROWADZENIE

Dlaczego warto upowszechniać rezultaty?

Przygotowanie pełnego procesu (planu) rozpowszechniania i wykorzystywania rezultatów jest korzystne nie tylko dla beneficjenta, ale także dla jego pracowników, otoczenia czy partnerów. Zaczynij myśleć o rezultatach już przy tworzeniu projektu i wypełnianiu wniosku.

Ćwiczenie:

Zastanów się, dlaczego warto upowszechniać rezultaty projektu. Spójrz na to w kontekście własnych korzyści, korzyści dla organizacji/instytucji/firmy czy dla środowiska lokalnego.

-
-
-
-
-
-

Teoretycznie

Upowszechnianie (rozpowszechnianie) rezultatów – oznacza rozprzestrzenianie na szeroką skalę sukcesów i wyników (rezultatów) projektu. Upowszechnianie wymaga opracowania na początku projektu odpowiedniego procesu. Powinien on odnosić się do przyczyny, zakresu, sposobu, czasu, odbiorcy i miejsca rozpowszechniania wyników zarówno podczas okresu finansowania, jak i po jego zakończeniu.

Wykorzystywanie rezultatów – oznacza stosowanie i korzystanie z czegoś. Wyniki należy przygotować w sposób umożliwiający dostosowanie ich do potrzeb innych, przeniesienie na nowe obszary, zapewnienie trwałości po zakończeniu okresu finansowania lub stosowanie w celu wywierania wpływu na przyszłą politykę i praktykę.

Trwałość – jest zdolnością kontynuowania projektu i wykorzystywania jego wyników po zakończeniu okresu finansowania. Wyniki projektu można wówczas stosować i wykorzystywać w dłuższej perspektywie, być może poprzez komercjalizację, akredytację lub włączenie do codziennych działań. Nie wszystkie części projektu lub wyniki mogą być trwałe,

zatem ważne jest, aby postrzegać rozpowszechnianie i wykorzystywanie wyników jako proces postępujący, który wykracza poza czas trwania projektu i będzie trwał w przyszłości.

Komunikacja (promocja i informacja) – obejmuje działania informacyjne i promocyjne mające na celu zwiększanie świadomości i silniejsze wyeksponowanie działań realizowanych w ramach projektu.

/Definicje zaczerpnięte z *Przewodnika po programie Erasmus+*/

Upowszechnianie vs. promocja

Promocja wykracza poza rozpowszechnianie i wykorzystywanie wyników projektu. Bardzo często trudno jest jednak wyraźnie rozgraniczyć te obszary. Z tego powodu skuteczniejszym rozwiązaniem może być zaplanowanie ogólnych ram strategicznych obejmujących obie dziedziny, tak aby jak najlepiej wykorzystać dostępne zasoby. Rozpowszechnianie i wykorzystywanie wyników powinno stanowić kluczową fazę/etap wszelkich działań informacyjnych odbywających się w trakcie realizacji projektu.

Ćwiczenie:

Określ poniższe elementy względem działań upowszechniających oraz promocyjnych i zaznacz, które są wspólne, a które są różne.

Elementy	UPOWSZECHNIANIE	PROMOCJA
PRODUKT		
GRUPA DOCELOWA		
NARZĘDZIA		
PRZEKAZ / TREŚĆ		

Należy pamiętać, że w każdym upowszechnianiu jest promocja.

Natomiast nie w każdej promocji będzie upowszechnianie rezultatów projektów.

Obie formy różnicować będzie TREŚĆ i PRODUKT.

Rezultaty, czyli wyniki i sukcesy naszych działań

Wyniki – to rezultaty finansowanych projektów. Rodzaj wyniku będzie różnił się w zależności od rodzaju projektu. Wynikami mogą być dostępne produkty, takie jak programy nauczania, badania, sprawozdania, materiały, wydarzenia lub strony internetowe; wyniki mogą także oznaczać wiedzę i doświadczenie zdobyte przez uczestników, partnerów lub inne zainteresowane strony uczestniczące w projekcie.

/Definicja zaczerpnięta z Przewodnika po programie Erasmus+ /

Ćwiczenie:

Zastanów się, które z Państwa rezultatów można podzielić według poniższych kryteriów. Oprzyj się na swoim projekcie.

- *Rezultaty materialne*

- *Rezultaty niematerialne*

- *Rezultaty indywidualne*

- *Rezultaty organizacji/instytucji*

KREACJA DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH

Proces upowszechniania



Grupa odbiorców

Ćwiczenie:

Wybierz jedną grupę odbiorców i scharakteryzuj ją:

- Wiek;
- Płeć;
- Nawyki;
- Miejsca, w których przebywa;
- Media, których używa;
- Inne.

Pamiętaj, że dobrze scharakteryzowana grupa pomoże Ci w prawidłowy sposób dobrać narzędzia.

Aby dobrze wybrać narzędzia, należy doskonale poznać rezultat, który chcemy promować oraz grupę odbiorców.

Ćwiczenie:

Wymień znane Ci narzędzia promocji i upowszechniania.

- Internet

- Druki

- Wydarzenia

- Media

Inne

Trwałość

Aby zapewnić rezultatowi żywotność, należy podejmować szereg działań, które sprawią, że zostanie on zauważony i wykorzystany. Służą do tego wiele działań, w tym z dziedziny prawa, które wspomagają trwałość rezultatu.

Ćwiczenie:

W puste pola powyżej wpisz Twoje pomysły na wzmocnienie trwałości osiąganych rezultatów.

Komercjalizacja

Powtarzalność
działań
upowszechniających

Dbanie o prawa
autorskie

Zmierz swój sukces

Aby mieć pewność, że Twoje działania przynoszą korzyści, warto **ewaluować je na każdym etapie realizacji projektu**.

Jednocześnie nie należy zapominać o **wskaźnikach ilościowych i jakościowych** osiąganych sukcesów. Pomogą Ci one planować kolejne kroki Twojej działalności.

Przykładowe pytania o wskaźniki sukcesu:

- Czy w wydarzeniu wzięła udział zamierzona liczba osób?
- Ile ulotek/broszur/publikacji zostało dostarczonych odbiorcom?
- Czy i jaki przyrost odwiedzin na stronie www i na profilu na Facebooku zanotowano po wydarzeniu?
- Ile osób zwróciło się do organizacji o nawiązanie partnerstwa?
- Ile osób z zaproszonych gości przybyło na spotkanie/wernisaż?
- Czy udało się w atrakcyjny sposób przedstawić dokonania organizacji organom decyzyjnym?

Najczęściej popełniane błędy

- brak zaplanowanej strategii/planu upowszechniania;
- brak dokumentacji osiąganych rezultatów;

- pomijanie grup docelowych innych niż najbliższe;

Często organizowane są wydarzenia, na które zaprasza się partnerów, władze danej instytucji i tyle. Nie zapominajmy o beneficjentach ostatecznych, firmach konkurencyjnych (warto się chwalić), decydentach niezwiązanych z firmą/instytucją/organizacją.

- słaba jakość produktu;
- raportowanie hasłowe, bez danych

Gdy piszesz o stronie, należy dodać statystyki odwiedzin, gdy piszesz o raporcie, określ, jak go wykorzystasteś, do czego służył. Jeżeli przeprowadziłeś ankietę, opisz jej wyniki, podaj informacje, do ilu osób została wysłana, jaki był zwrot.

OBOWIĄZKI BENEFICJENTÓW PROGRAMU ERASMUS+

Informacja i promocja

Beneficjent jest zobowiązany do:

- informowania o dofinansowaniu na wszystkich materiałach, produktach, rezultatach, które powstały;
- powinien stosować klauzulę dotyczącą odpowiedzialności za treści;
- stosować logotypy wg wytycznych Komisji Europejskiej.

www.erasmusplus.org.pl/do-pobrania/

Platforma Rezultatów Projektów Erasmus+

Platforma służy upowszechnianiu i wykorzystywaniu rezultatów finansowanych ze środków programu Erasmus+ i nie tylko. Jej celem jest rozprzestrzenianie na szeroką skalę informacji o rezultatach projektów oraz ich sukcesach, a także wymiana doświadczeń oraz promocja dobrych praktyk.

Beneficjenci akcji 2. Współpraca na rzecz innowacji i wymiany dobrych praktyk, **mają obowiązek** zamieścić na platformie rezultaty projektu. Warunkuje to ich rozliczenie projektu.

Zachęcamy także beneficjentów innych akcji (1 i 3) do dzielenia się rezultatami na platformie. Na platformę można zalogować się tylko po otrzymaniu wiadomości mailowej z Komisji Europejskiej.

www.ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects/

Źródło:

„Upowszechnianie i wykorzystywanie rezultatów projektów. Poradniki dla wnioskodawców”, Anna Kowalczyk, Ewa Machelska.

„DEOR bez tajemnic, czyli jak promować rezultaty projektów, tak aby inni na tym skorzystali”, Ewelina Miłoś

„Przewodnik po programie Erasmus+”

NOTATKI

Autorzy treści: Ewelina Miłoś, Agata Nowacka

Korekta: Paulina Piechocka

Wydawca:

Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji

Narodowa Agencja Programu Erasmus+

ul. Mokotowska 43, 00-551 Warszawa

e-mail: upowszechnianie@erasmusplus.org.pl

www.erasmusplus.org.pl/upowszechnianie

© Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, Warszawa 2016



Publikacja jest udostępniona na otwartej licencji CC 3.0 BY-NC-ND (Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska). Licencja zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nietworzenie utworów zależnych).

Więcej informacji: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/legalcode>

Publikacja została zrealizowana przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej w ramach programu Erasmus+. Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko jej autorów i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za zamieszczoną w niej zawartość merytoryczną

Publikacja bezpłatna





ZMIENIA ŻYCIE,
OTWIERA UMYŚŁY

Bądź na bieżąco!
Zdobądź więcej informacji!

www.erasmusplus.org.pl/upowszechnianie



Odwiedź stronę Erasmus+
erasmusplus.org.pl/edukacja-szkolna
erasmusplus.org.pl/ksztalcenie-i-szkolenia-zawodowe
erasmusplus.org.pl/szkolnictwo-wyzsze
erasmusplus.org.pl/edukacja-doroslych
erasmusplus.org.pl/mlodziez
erasmusplus.org.pl/projekty-centralne



Zapisz się na newsletter
erasmusplus.org.pl/newsletter



Sprawdź najbliższe wydarzenia
erasmusplus.org.pl/akademia



Zapoznaj się z materiałami informacyjnymi
erasmusplus.org.pl/mediateka

Przyłącz się do dyskusji
w mediach społecznościowych
NARODOWA AGENCJA PROGRAMU ERASMUS+



FRSE.fb



ErasmusPolska



@ErasmusPlus_PL

KOMISJA EUROPEJSKA



Erasmus+



@EUErasmusPlus



+ErasmusPlusOrgPl