



# Інформаційне забезпечення проекту, творчі конкурси

Дар'я Коляда, консультант зі зв'язків із  
громадськістю

11.11.2016

# Мета та завдання інформаційної кампанії

---

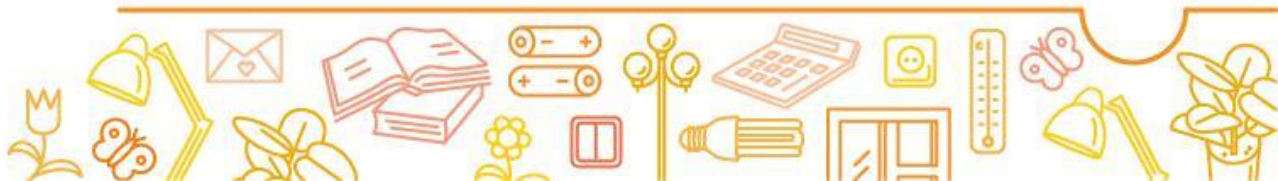


## Мета:

1. Розповсюдити інформацію про Проект ДТЕК.
2. Власним прикладом змінити ставлення людей до поводження з енергоресурсами.

## Завдання:

1. Підвищити рівень обізнаності аудиторії про Проект.
2. Підняти тему енергоефективності в суспільстві, підвищити її значущість.
3. Навчити аудиторію раціонально споживати ресурси.
4. Залучити якомога більше людей до діяльності з енергозбереження.



# Як зробити інформаційну кампанію ефективною



**1. Визначити «цільові аудиторії».** Що точніше – то краще.



**2. Використовувати потрібні і зрозумілі кожному «ключові повідомлення», які мотивували б до поведінкових змін.**



# Як доносити інформацію і чому це важливо

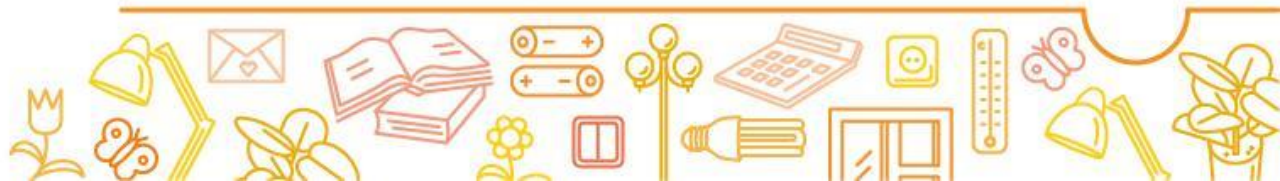


**Інформація має значення!** Вчителю легше передавати потрібні знання до аудиторії, оскільки він має авторитет (особливо, якщо йдеться про дітей та їхніх батьків).



## Канали донесення інформації:

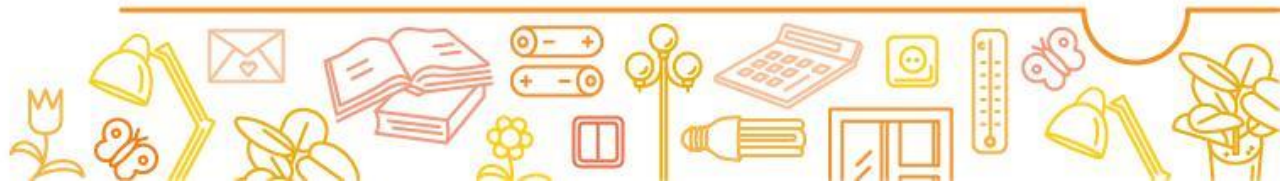
ЗМІ; соціальні мережі; сайти школи, громади, села, міста; управління освіти; стіннівки та інформаційні оголошення, брошури; масові заходи; «сарафанне радіо».



## Поради щодо організації інформаційних заходів



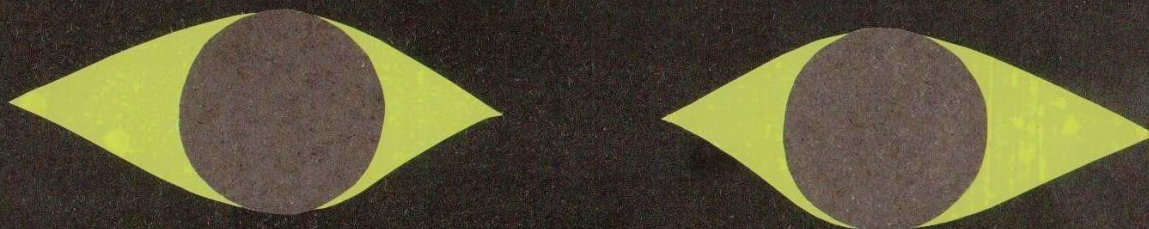
1. Намагайтеся планувати заходи заздалегідь.
2. Інтегруйте розваги в навчання і навпаки – навчальний компонент в неакадемічну активність. Долучайте до співпраці колег!
3. Використовуйте досвід інших вчителів та давайте дітям можливість долучитися до процесу організації та планування заходів.
4. Занотуйте, що ви з учнями зробили протягом тижня/місяця/Проекту.
5. Збирайте інформаційні та підтверджувальні матеріали (фото і відео з заходів). Делегуйте це завдання учням.
6. Стимулюйте колег, учнів і батьків до активності в інформаційній роботі!



# Досвід учасників попередніх етапів Проекту



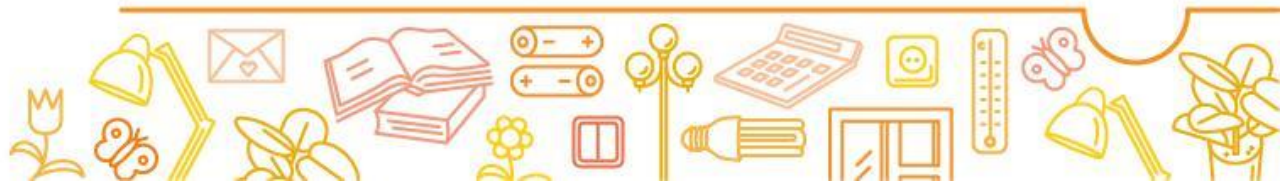
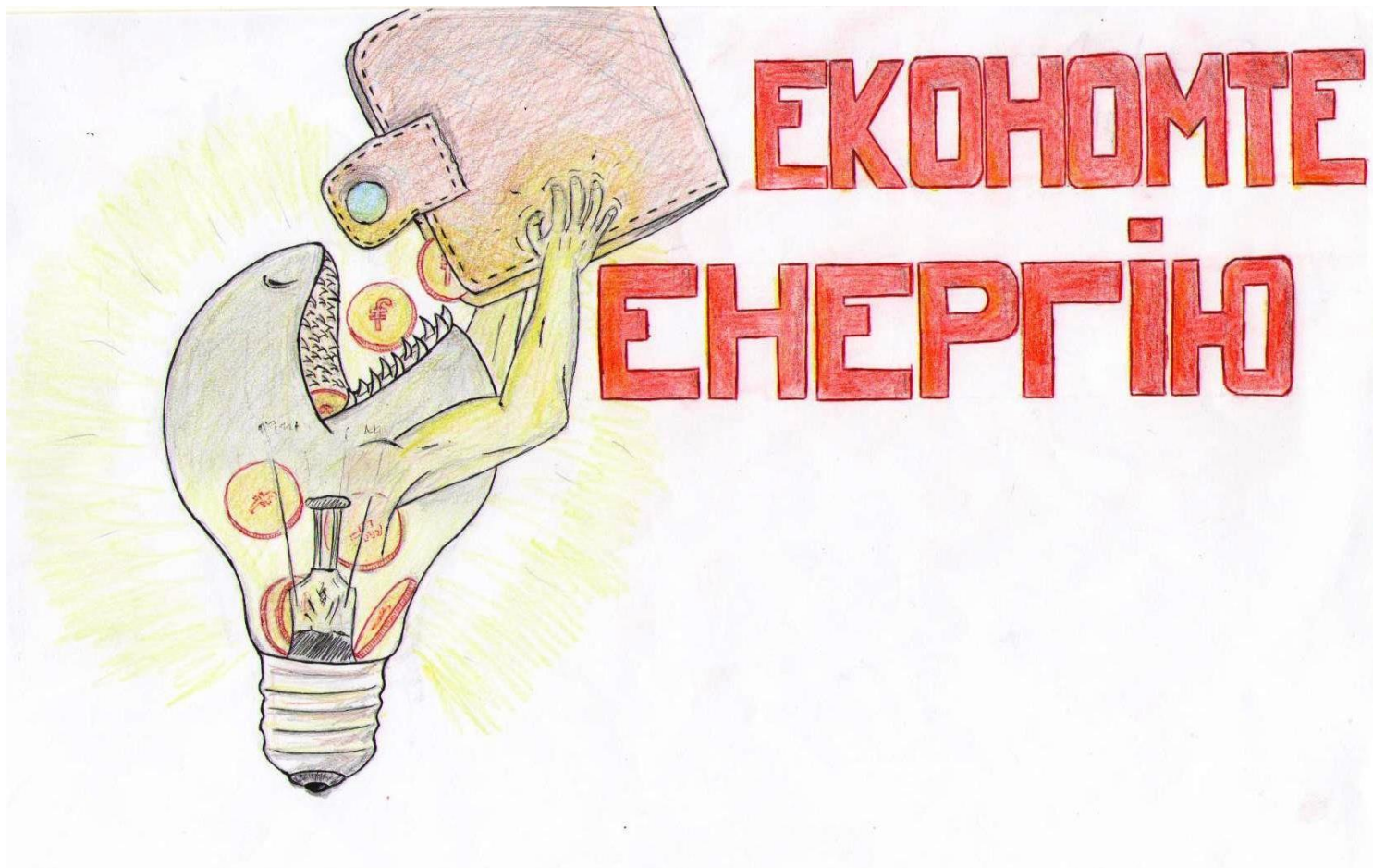
*Бережіть світло,*



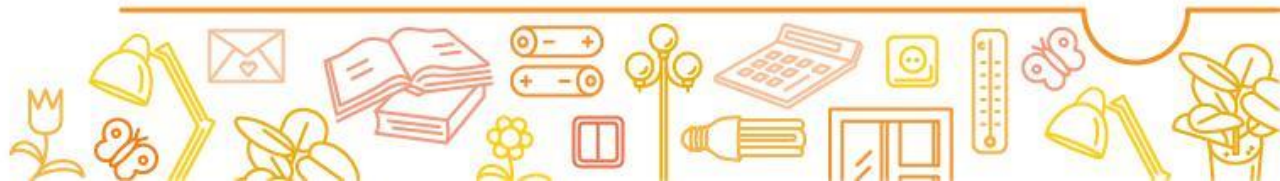
*або темрява прийде за вами*



# Досвід учасників попередніх етапів Проекту



# Досвід учасників попередніх етапів Проекту



# Інформаційна кампанія



Контролює та аналізує роботу над Проектом:

- 1) опрацьовує звіти;
  - 2) здійснює моніторинг сайтів, спілкується з учнями/вчителями, відвідує школу, спостерігає за публікаціями в ЗМІ тощо.
- Звітує раз на тиждень.**

Із певною періодичністю (щотижня або після заходу) надсилає звіти



**УЧЕНЬ/УЧИТЕЛЬ**



**КУРАТОР**

Формує загальний звіт за всіма компонентами Проекту



**СУПЕРКУРАТОР**



# Обов'язкові компоненти інформаційної кампанії

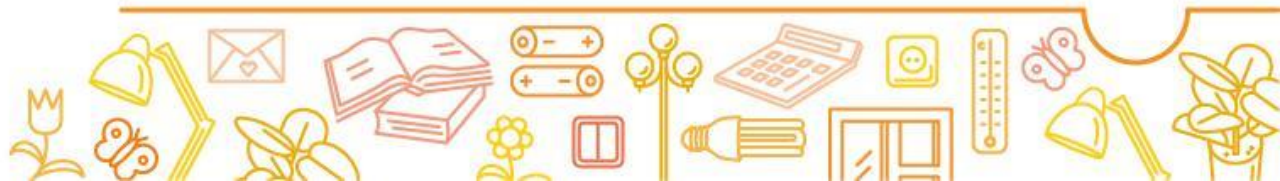


## 1. Телевізійна програма «Energy school»

**Тематика** – соціальний проект ДТЕК «Енергоефективні школи», змагання серед шкіл із упровадження енергоощадності, досвід учасників минулих етапів Проекту тощо.



- шість випусків протягом грудня 2016 – січня 2017 року;
- у перспективі – ще вісім (квітень – червень 2017 року);
- тривалість – 15 хвилин, частота виходу – раз на тиждень.



# Обов'язкові компоненти інформаційної кампанії



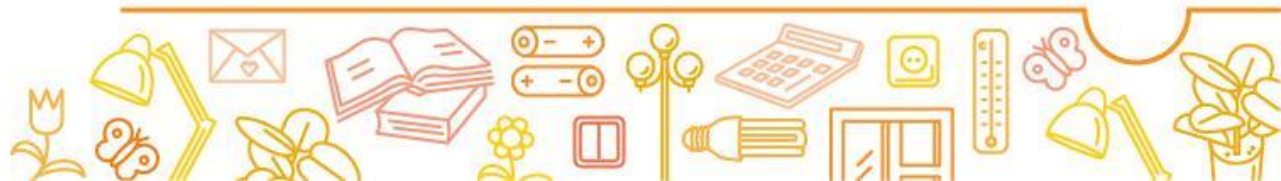
## 2. Конкурс на найкращий запуск проекту

**Коли?** Кінець листопада – початок грудня.

**Для чого?** Щоб інформувати якомога більшу кількість осіб про старт та проведення Проекту ДТЕК.

**Як?** Якщо раніше була вимога організувати загальношкільне свято. Зараз – формат обмежується лише фантазією учасників.

**Що враховується?** Головні критерії – креативність та кількість залучених осіб. Кожен показник має бути підкріплений доказами (текстами сценаріїв, фотографіями, відео).



# Обов'язкові компоненти інформаційної кампанії



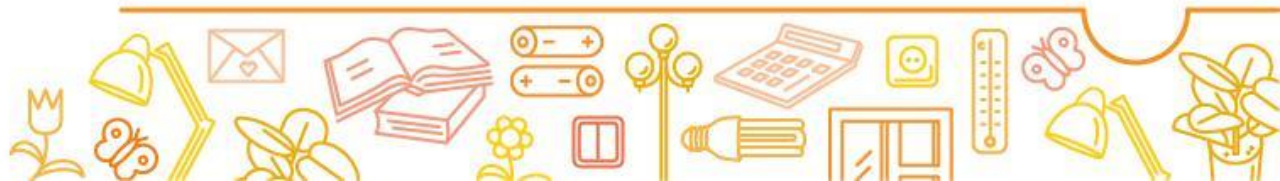
## 3. Конкурс на зменшення енергоспоживання

**Коли?** Кінець листопада 2016 – 31 травня 2017 року

**Для чого?** Щоб привернути увагу надмірного споживання ресурсів, виховати в учасників ощадливе ставлення до них.

**Як?** Завдяки широкому інформуванню учнів, вчителів та персоналу шкіл досягти найбільшого рівня заощадження енергії (при обов'язковому збереженні комфортних умов перебування).

**Що враховується?** Окрім головного критерію, оцінюватиметься кількість залучених осіб, інформаційних заходів та матеріалів.



# Обов'язкові компоненти інформаційної кампанії

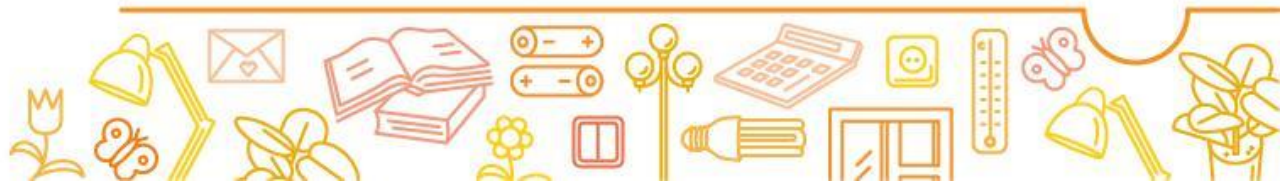


## 4. Конкурс проектних пропозицій для шкіл-учасниць

**Коли?** 1 березня – 31 травня 2017 року

**Для чого?** Щоб навчити учасників курсу «Основи енергопостачання і енергозбереження» застосовувати отриманні знання на користь учбового закладу.

**Як?** На основі знань, отриманих за час вивчення курсу, учні розробляють проектні пропозиції. Більша кількість балів дає більше шансів на перемогу в Проекті ДТЕК.





## Варіативна частина інформаційної кампанії

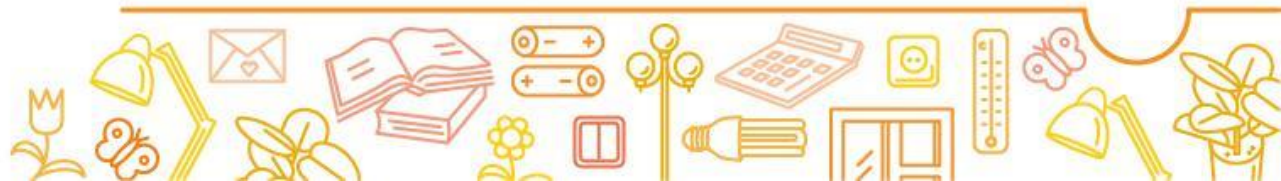


### Конкурс на найбільш ефективний та найменш витратний енергоефективний захід удома

Мотивуватиме учасників до ощадливості не лише в школі, а й вдома, залучить до участі в Проекті ДТЕК дітей та їхніх батьків.

### Конкурс на найкращий плакат на одну з тем підручника навчального курсу «Основи енергопостачання та енергозбереження»

Стимулюватиме засвоєння інформації, отриманої протягом навчального курсу, а також сприятиме додатковому залученню громадськості.





**Дякую за увагу!**

