

Diseminačné nástroje



Osobný kontakt: porady, vzorové hodiny, prezentácie na seminároch a konferenciách, metodické/projektové dni, dni otvorených dverí



Digitálne nástroje: webstránky, e-mail, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Skype, Messenger, WhatsApp, Dropbox ...



Klasické médiá: rozhlas, regionálna televízia, noviny, časopisy – letáky, brožúry, publikácie – nástenky a infopanely – výstavy fotografií ...

Fotografie

- Používajte ostré, farbisté a akčné snímky.
- Vysoké rozlíšenie (digitálne fotografie).
- Autentické situácie.
- Získajte súhlas s publikovaním.
- Jasné prepojenie na projekt.
- Zábery z blízka.
- Ľudia, ľudia, ľudia – tvár a vrchnú časť tela.
- Nezabúdajte na titulok (kto, kde, kedy).
- On-line databázy fotografií zdarma.



Diseminačné nástroje PREaPROTI

Zamyslite sa nad výhodami a nevýhodami používania jednotlivých skupín diseminačných nástrojov a pripravte krátku prezentáciu.

- Skupina 1 a 2: Osobný kontakt
- Skupina 3 a 4: Digitálne nástroje
- Skupina 5 a 6: Klasické médiá

Čas: 20 min. príprava, 3 min. prezentácia



Osobný kontakt

možnosť oslovenia priamej cieľovej skupiny
informácie z prvej ruky
možnosť diskusie – priestor pre otázky
vizualizácia
finančne nenáročný
okamžitá reakcia
interaktívna komunikácia
empatia
využitie klasických médií – letáky, brožúry
konkrétnejšie a presnejšie odpovede

viazané na konkrétny čas a priestor
úzka skupina ľudí
nezáujem kolegov
menšie publikum
časovo náročné
neočakávané reakcie publika
náročnosť pre prednášajúceho (psychická, fyzická)
organizačná náročnosť
zlyhanie techniky



Digitálne nástroje



viditeľnosť
zdieľanie
zdarma
dostupnosť širokej verejnosti
jednoduchosť
rýchlosť
nenáročné na materiál
vzájomná interakcia
pre - posielanie väčších súborov
možnosť úpravy informácií

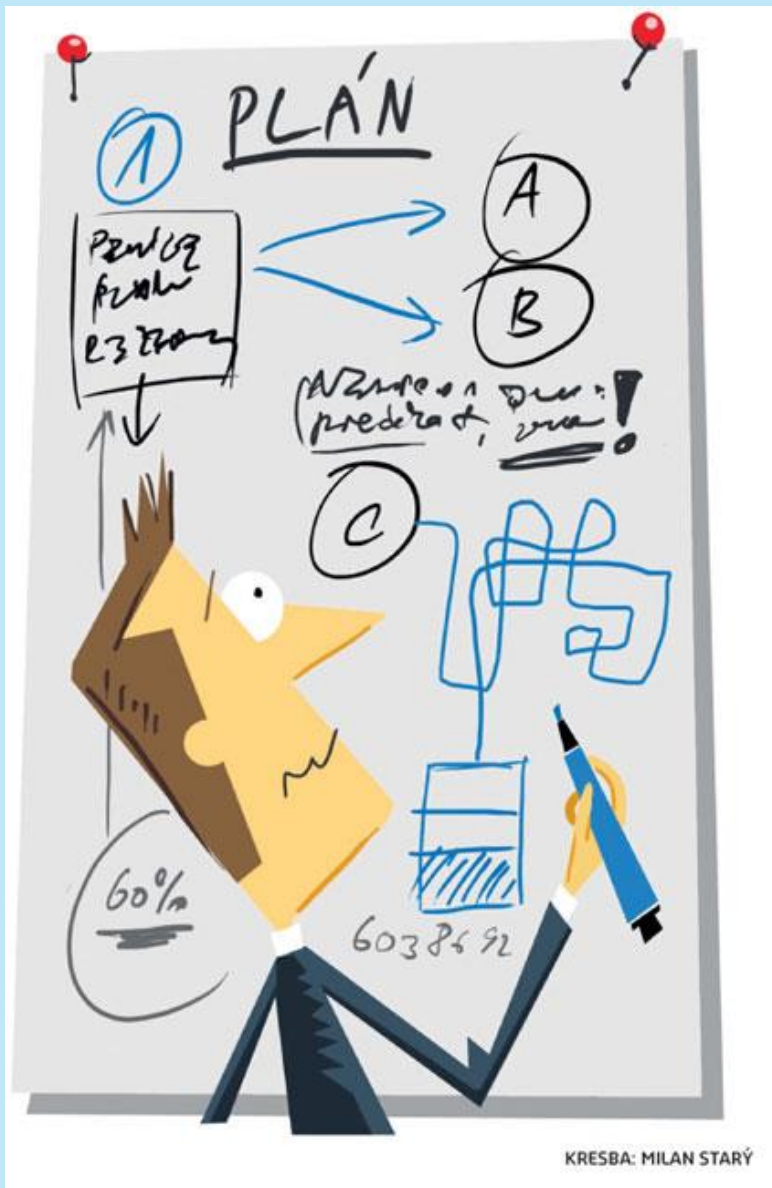
možnosť zneužitia
potreba registrácie na sieti
prístup na PC
neviditeľné emócie druhej strany
sieť, ktorá vypadáva
potrebné cielené vyhľadávanie
potrebné IT zručnosti
potreba informovaného súhlasu



Klasické médiá

TV, rozhlas - väčší dopad, širšie publikum, wow efekt, šírenie aj za hranice
letáky, brožúry - trvácnosť
nástenka - „lacná“
zachytenie konkrétnej situácie (fotografia), autenticnosť
kreativita detí
hmatateľný výsledok
súčasť histórie
dosah aj mimo sociálne siete
regionálna osloviteľnosť
vizuálna atraktívnosť
viditeľnosť („highlighty“ obsahu)
všeobecnosť - čas, podujatia
trafí sa na cieľovú skupinu?

TV, rozhlas – nie vždy sú ochotní prísť, uverejniť; problém s uverejnením loga
letáky, brožúry, banery – finančne nákladné, nedá sa zmeniť „aktuálnosť“
nástenka, plagát – len úzky okruh ľudí, potreba obnovy, vandalizmus
výstava fotografií – náročná na materiál a priestor
môže to smerovať viac k propagácii, ako ku diseminácii
vysoká cena
ťažko editovateľné
málo flexibilné
malý priestor
statické (nezáživné) do koša
všeobecnosť - čas, podujatia
trafí sa na cieľovú skupinu?



Diseminačný plán

Pre efektívnu disemináciu je potrebné identifikovať:

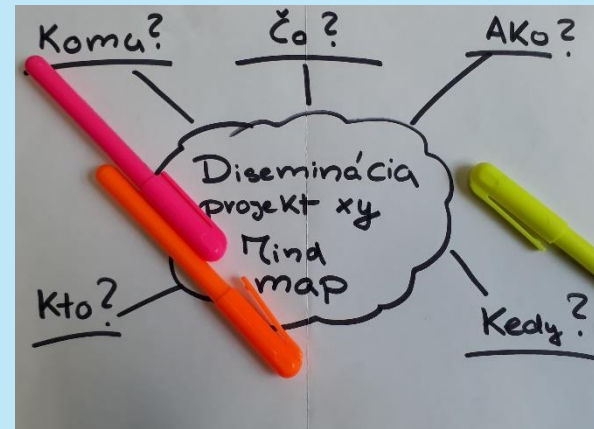
komu chcete sprostredkovať vedomosti/informácie?

čo chcete, aby sa dozvedeli?

ako ich môžete osloviť?

kedy a kto...?

Ako si všetko pekne usporiadať?



Úroveň	Prečo?	Komu?	Multiplikačný efekt?	Čo?	Kedy?	Kto?	Ako?	Potrebný čas/financie?	atď.
Mikro úroveň									
Vlastná organizácia									
Partner 1									
Partner 2									
Stredná úroveň									
Miestna samospr.									
Región									
atď.									

Svadobný plán - oznámenie

Pripravujete svadbu nekonvenčného páru.

Program svadby: 10:00 obrad (voľne prístupný)
12:00 obed (iba pre rodinu)
18:00 párty (iba pre priateľov)

Zamyslite sa: **Komu?** (rôzne skupiny pozvaných x „pre info“)

Čo? (aké informácie pre konkrétnu skupinu)

Ako? (akým spôsobom sa k nim informácie dostanú)

Pripravte plán diseminácie
svadobných oznámení.

Čas: 15 min. príprava



Evaluácia aktivít

Hodnotenie dňa - Strom poznania

HODNOTENIE DŇA

OBSAH NÁLADA	