



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Διάδοση αποτελεσμάτων έργων πληροφορικής,
καινοτομίας και δια βίου μάθησης**



Των φοιτητριών

ΚΟΥΜΑΡΑ ΑΛΙΚΗ

Αρ. Μητρώου: 05/2858

ΝΙΚΟΛΑΙΔΟΥ ΑΓΑΠΗ

Αρ. Μητρώου: 05/2813

Επιβλέπων καθηγητής

ΣΙΑΚΑ ΚΕΡΣΤΙΝ

Θεσσαλονίκη 2013

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η καινοτομία θεωρείται όλο και περισσότερο ως το κύριο μέσο για τη δημιουργία αξίας σε επιχειρηματικές οργανώσεις, καθώς και στην πολιτική κοινωνία. Ως εκ τούτου, οι χρηματοδοτικοί οργανισμοί και επιχειρήσεις συνεχίζουν να επενδύουν τεράστια ποσά από τα χρήματα και άλλους πόρους για καινοτόμα έργα με σκοπό τη δημιουργία και τη διατήρηση των επιθυμητών αποτελεσμάτων. Ωστόσο, η δημιουργία αξίας δεν είναι το ίδιο με την κοινή χρήση και τη διατήρηση της αξίας, ειδικά όταν η αξία αυτή πρέπει να είναι κοινή και να διατηρηθεί σε ένα πολυπολιτισμικό χώρο. Μια δυσκολία που αντιμετωπίζουν οι συντονιστές και οι προμηθευτές εκπαιδευτικών έργων σε ευρωπαϊκό επίπεδο αφορά τον σχεδιασμό και την υλοποίηση αξιοποιήσιμης στρατηγικής ικανή να προωθεί επαρκώς τα έργα και τα προϊόντα και να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητά τους.

ABSTRACT

Innovation is increasingly seen as the main instrument for creating value in business organizations and the civil society. Therefore, financial institutions and companies continue to invest huge amounts of money and other resources for innovative projects designed to create and maintain desired results. However, the creation of value is not the same as the sharing and preservation of value, especially when the value should be shared and preserved in a multicultural area. One difficulty faced by coordinators and suppliers of educational projects at European level on the design and implementation of exploitable strategy capable of promoting sufficiently projects and products and to ensure their sustainability.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονήθηκε από τις φοιτήτριες Κουμαρά Αλίκη και Νικολαΐδου Αγάπη του Τμήματος Πληροφορικής του Αλεξάνδρειου Τεχνολογικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης το Ακαδημαϊκό έτος 2012-2013, υπό την επίβλεψη της καθηγήτριας του τμήματος Κερστίν Σιάκα.

Κατα κύριο λόγο, οφείλουμε να εκφράσουμε τις θερμές μας ευχαριστίες στην καθηγήτριά μας Κερστίν Σιάκα, για την βοήθεια της στην υλοποίηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, το υλικό που μας παρείχε, καθώς και την εμπιστοσύνη της στις γνώσεις και την κρίση μας.

Με το τέλος της πτυχιακής μας εργασίας, θα θέλαμε να εκφράσουμε από ένα μεγάλο στις οικογένειες μας και τους κοντινούς μας ανθρώπους, για την αμέριστη συμπαράσταση και στήριξη κατά την διάρκεια της φοίτησής μας στη σχολή.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – Περιγραφή και Προσδιορισμός της Διάχυσης έργων πληροφορικής και καινοτομίας	10
1.1 Καινοτομία	10
1.2 Έργα Πληροφορικής	11
1.3 Διάχυση Έργων Πληροφορικής και Καινοτομίας	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - Η Διάδοση αποτελεσμάτων και Προϊόντων ενός έργου	13
2.1 Περίληψη	13
2.2 Κρίσιμοι παράγοντες / κριτήρια για την επιτυχή διάδοση	13
2.2.1 Γραπτό πλάνο	13
2.2.2 Γλωσσάρι	14
2.2.3 Διαφημιστικό υλικό	14
2.2.4 Ομάδες-Στόχος	14
2.2.5 Μαζική Διάδοση	15
2.2.6 Εργαλεία Διάδοσης	16
2.3 Σχέδιο και Στρατηγική Διάδοσης	17
2.3.1 Ανάπτυξη Σχεδίου Διάδοσης	17
2.3.2 Στοιχεία Σχεδίου Διάδοσης	18
2.4 Προϊόντα διάδοσης	19
2.5 Ομάδες-στόχοι διάδοσης	20
2.6 Μηχανισμοί για τη διάδοση	21
2.6.1 Paper Media-Έντυπο Μέσο	22
2.6.2 Εκδηλώσεις	25
2.6.2.1 Συμβουλές Οργάνωσης Εκδηλώσεων	27
2.6.3 Βραβεία και τα πρότυπα ποιότητας	28
2.6.4 Net-based και e-media	28
2.6.5 Banners και buttons	29
2.6.6 Ιστοσελίδα έργου	31

2.6.7 Social Media	32
2.7 Συγχρονισμός	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση έργων	38
3.1 Εισαγωγή	38
3.2 Κρίσιμοι παράγοντες / κριτήρια για την επιτυχή εκμετάλλευση	38
3.2.1 Σχέδιο και στρατηγική Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation)	41
3.2.2 Μηχανισμοί για Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση (exploitation).	42
3.2.3 Μεταφορά και παρακολούθηση έργων	43
3.2.4 Εμπορευματοποίηση	44
3.3.5 Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας (IPR)	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - Η Διάχυση Έργων Καινοτομίας Εκπαίδευσης και Κατάρτισης	46
4.1 Ορισμός	46
4.2 Πως ξεκίνησε	47
4.3 Σκοπός Διάχυσης	48
4.4 Ανάγκη για Διάχυση	48
4.5 Τα οφέλη της Διάχυσης	50
4.5.1 Βελτίωση Απόδοσης	50
4.5.2 Καινοτομία στην εκπαίδευση	51
4.6 Βασικές πτυχές της Διάχυσης	52
4.6.1 Ανάπτυξη Κριτηρίων Ποιότητας	52
4.6.2 Βελτίωση των Στρατηγικών Διάδοσης	52
4.6.3 Ανάλυση των αναγκών της Κατάρτισης	53
4.7 Σχέδιο Δράσης Διάχυσης	53
4.7.1 Δραστηριότητες στο σχέδιο Διάχυσης	54
4.7.1.1 Δραστηριότητες Διάδοσης	54
4.7.1.2 Δραστηριότητες Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης	54
4.7.2 Βελτίωση της ποιότητας μέσω Σχεδιασμού για την Διάχυση	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - Η Βιωσιμότητα των αποτελεσμάτων ενός έργου	57
5.1 Ορισμός	57
5.2 Περιγραφή	57
5.3 Σκοπός	58
5.4 Απαιτήσεις Βιωσιμότητας ενός έργου	59

5.5 Η Πορεία για τη Βιωσιμότητα	60
5.6 Διαδικασία Σχεδιασμού Βιωσιμότητας	62
5.6.1 Τι θα διατηρηθεί	62
5.6.2 Βασικά στοιχεία της βιωσιμότητας	63
5.6.3 Βήματα Διαδικασίας Σχεδιασμού Βιωσιμότητας	64
5.7 Συμπέρασμα	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης	69
6.1 Οδηγίες Ευρωπαϊκής Επιτροπής	69
6.1.1 Τι λένε οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Διάδοση και τη Διάχυση.	69
6.2 Σχέδιο Διάδοσης και Διάχυσης του έργου	70
6.3 Στοιχεία Στρατηγικής Διάδοσης και Διάχυσης	71
6.3.1 Φάσεις διαδικασίας υλοποίησης της Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης του έργου	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - Εφαρμογή Διάχυσης για τον οργανισμό ECQA (European Certification and Qualification)	77
7.1 Εισαγωγή	77
7.2 Δικτυακός τόπος ecqa.it.teithe.gr	78
7.3 Social Media	85
7.4 Προτάσεις για επιπλέον προώθηση	87
7.4.1 Banners και buttons	87
7.4.2 Social Media	89
7.4.3 Μηχανές αναζήτησης	91
7.4.3.1 Διαφημιστικές Καμπάνιες Google (Google AdWords/ AdSense Campaigns)	92
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	95
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	96
ΕΛΛΗΝΙΚΗ	96
ΞΕΝΗ	96
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ	97

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε έναν ανταγωνιστικό κόσμο, η ανάγκη για καινοτομία, συχνά ενισχύει τις στρατηγικές ανάπτυξης των περισσότερων επιχειρηματικών οργανώσεων, ακόμη και των κρατών. Επομένως οι σύγχρονες οργανώσεις θα πρέπει να δαπανήσουν αδιάκοπη προσπάθεια, χρόνο και πόρους για καινοτόμα επιχειρηματικά σχέδια, προκειμένου να αποκτήσουν πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών. Εξυπακούεται ότι σε αυτή την προσπάθεια, ο σκοπός της καινοτομίας συσχετίζεται θετικά με τη δημιουργία αξίας, ο οποίος είναι ο απώτερος στόχος της κάθε οργάνωσης και της κάθε επιχείρησης.

Ο βαθμός αξιοποίησης των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από πολλά έργα έρευνας, καινοτομίας και δια βίου εκπαίδευσης, είναι χαμηλός. Φαίνεται η ανάγκη για ειδική μέριμνα ώστε να αυξηθεί ο αντίκτυπος που έχουν τα αποτελέσματα αυτά, στην κοινωνία, την οικονομία, την πολιτική και την εφαρμογή, να είναι μεγάλη. Η συστηματική και κατάλληλα προετοιμασμένη διάδοση και η αποτελεσματική αξιοποίηση ή εκμετάλλευση (*valorization* – γαλλικός όρος) των αποτελεσμάτων ενός έργου, μπορεί να συμβάλει σε μεγιστοποίηση των επιτευγμάτων του έργου και μετά την ολοκλήρωσή του.

Το αντικείμενο αυτής της εργασίας είναι η παρουσίαση των όρων που σχετίζονται με την Διάδοση και Αξιοποίηση των αποτελεσμάτων, των καινοτόμων έργων, **Διάδοση, Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση, Διάχυση και Βιωσιμότητα**. Επίσης, παρουσιάζονται αναλυτικά οι μέθοδοι και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στη διάδοση έργων και γίνεται μια εφαρμογή τους σε μια πραγματική περίπτωση, αυτή του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Πιστοποίησης και Προσόντων (Ε.Σ.Π.Π.).

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύουμε την διάδοση των αποτελεσμάτων και των προϊόντων των καινοτόμων έργων, τους παράγοντες για μια επιτυχή διάδοση, την ανάπτυξη του σχεδίου διάδοσης, καθώς και τους μηχανισμούς της διάδοσης.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύουμε την εκμετάλλευση και αξιοποίηση των αποτελεσμάτων, τους κρίσιμους παράγοντες για την επιτυχή εκμετάλλευση, και τέλος τους μηχανισμούς για την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο μελετάμε την διάχυση έργων εκπαίδευσης και κατάρτισης, τα οφέλη της διάχυσης, τις βασικές πτυχές της και το σχέδιο δράσης διάχυσης.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η βιωσιμότητα αποτελεσμάτων ενός έργου, οι απαιτήσεις για την βιωσιμότητα, η πορεία για την βιωσιμότητα των αποτελεσμάτων/προϊόντων, και τέλος η διαδικασία σχεδιασμού βιωσιμότητας.

Στο έκτο κεφάλαιο μελετάμε την στρατηγική διάδοσης και διάχυσης των αποτελεσμάτων ενός έργου, το σχέδιο αυτής καθώς και τα στοιχεία της στρατηγικής διάδοσης και διάχυσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – Περιγραφή και Προσδιορισμός της Διάχυσης έργων πληροφορικής και καινοτομίας

1.1 Καινοτομία

Οι ερευνητές προτείνουν διαφορετικούς ορισμούς και εξηγήσεις για τον όρο καινοτομία. Για να έχουμε μία σαφή εικόνα της έννοιας καινοτομίας, δίνονται οι παρακάτω ορισμοί:

1. Η καινοτομία δεν είναι μια ενιαία δράση, αλλά μια συνολική διαδικασία των αλληλένδετων υπο-διαδικασιών. Δεν είναι μόνο η σύλληψη μιας νέας ιδέας, ούτε η εφεύρεση μιας νέας συσκευής, ούτε η ανάπτυξη μιας νέας αγοράς. Η διαδικασία είναι όλα αυτά τα πράγματα που ενεργούν κατά έναν τρόπο ολοκληρωμένο. Η καινοτομία είναι η διαχείριση όλων των δραστηριοτήτων που εμπλέκονται στη διαδικασία της γέννησης μιας ιδέας, την τεχνολογική ανάπτυξη, την κατασκευή και την εμπορία ενός νέου (ή βελτιωμένου) προϊόντος ή η διαδικασία παρασκευής ή τον εξοπλισμό (Trott, 2008) .
2. Η καινοτομία μπορεί να οριστεί ως η εφαρμογή νέων ιδεών για τα προϊόντα, τις διαδικασίες, ή άλλες πτυχές των δραστηριοτήτων της εταιρείας που οδηγούν σε αυξημένη τιμή (Greenhalgh and Rogers, 2010).
3. Η καινοτομία είναι μια εφεύρεση που εφαρμόζεται και στην αγορά, ως εκ τούτου, φέρνοντας στρατηγικό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Chesbrough, 2003).

1.2 Έργα Πληροφορικής

Ο όρος «Έργο Πληροφορικής» είναι δύσκολο να καθορισθεί. Η έννοια του μπορεί να καθορισθεί με τρεις συνιστώσες:

1. Ένα έργο με τουλάχιστον έναν IS (Συστήματα Πληροφοριών) ή IT (Information Technology) συστατικό μεταξύ των εξόδων του.
2. Ένα έργο που αναλαμβάνεται στα πλαίσια της IS / IT λειτουργική μονάδα.
3. Κάθε έργο στο οποίο όλες οι έξοδοι του, έχουν τη μορφή αντικειμένων IS / IT.

1.3 Διάχυση Έργων Πληροφορικής και Καινοτομίας

Η καινοτομία θεωρείται όλο και περισσότερο ως το κύριο μέσο για τη δημιουργία αξίας σε επιχειρηματικές οργανώσεις, καθώς και στην πολιτική κοινωνία (Sheriff ect, 2013). Το όφελος ενός βιώσιμου σχεδίου μεταφράζεται σε προστιθέμενη αξία, η οποία αποκτήθηκε από μια διαφορετική ομάδα από αυτή των ενδιαφερομένων μερών και / ή από τις ειδικές ομάδες-στόχους, πέρα από τη διάρκεια ζωής του έργου. Όλα τα έργα ως εκ τούτου, πρέπει να αξιοποιήσουν τα αποτελέσματά τους για τη μεγιστοποίηση των επιτευγμάτων και την αύξηση της βιωσιμότητας μετά από τη διάρκεια της ζωής τους.

Είναι γενικά αποδεκτό ότι ο κύριος στόχος της καινοτομίας είναι να δημιουργεί αξία (Sheriff ect, 2013). Για να δημιουργηθεί και να διατηρηθεί η αξία στην καινοτομία, δεν πρέπει να εκτιμηθεί η πολυπλοκότητα της αξίας, αλλά θα πρέπει να ληφθεί μέριμνα για το χρονικό πλαίσιο και ότι η παραλλαγή εξαρτάται από τις αντιλήψεις των χρηστών της καινοτομίας.

Σε αυτή την εργασία, τα έργα πληροφορικής και καινοτομίας θα αναφέρονται με τον όρο «έργα». Όλα τα έργα έχουν ανάγκη για διάδοση και αξιοποίηση των αποτελεσμάτων και των εξόδων τους, για τη μεγιστοποίηση των επιτευγμάτων των έργων και την αύξηση της βιωσιμότητας τους, πέραν της διάρκειας ζωής, για την ανάπτυξής τους.

Ωστόσο, συχνά ξεχνάμε τη διάδοση και την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων, μόλις ολοκληρωθούν τα έργα. Διάδοση και Αξιοποίηση περιλαμβάνουν τη μεταφορά των αποτελεσμάτων των έργων και των βέλτιστων πρακτικών σε διαφορετικά πλαίσια και ευρύτερα. Την πιθανή προσαρμογή στις ανάγκες των άλλων. Τη συνέχεια μετά την πάροδο της περιόδου χρηματοδότησης.

Η έμφαση δίνεται στη βελτιστοποίηση της αξίας του έργου για τους διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς (κοινωνία, κοινότητα, ιδρύματα και ιδιώτες) και την ενίσχυση του αντίκτυπου του έργου στην ευρύτερη κοινωνία.

Σε πολλά ευρωπαϊκά και άλλα έργα, λείπει μια καλή διάδοση και στρατηγική αξιοποίησης (Siakas and Georgiadiou, 2011). Τα Έργα συνήθως διεξάγονται χωρίς ουσιαστικό αντίκτυπο. Μπορεί να έχουν καλή διαχείριση, να παρέχουν καλά αποτελέσματα και προϊόντα, τα οποία να είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για την ανάπτυξη διαφόρων θεσμικών οργάνων, αλλά, δυστυχώς, είναι μόνο μερικά έργα που αξιοποιούνται με καλή διαχείριση και βιώσιμους τρόπους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μη ικανοποιητική κατάσταση, πολλά καλά προϊόντα και τα αποτελέσματα των έργων που δεν χρησιμοποιούνται ακόμη, επειδή οι ομάδες δεν έχουν ενημερωθεί ούτε συμμετέχει καθ 'όλη τη διάρκεια των έργων (Siakas and Georgiadiou, 2011).

Φέρνοντας μαζί διαφορετικές οργανώσεις, από διάφορες χώρες, διευκολύνεται η αμοιβαία έμπνευση, οι υπάρχουσες εμπειρίες, ιδέες, καλές πρακτικές, με αποτέλεσμα οι καινοτομίες να εκμεταλλεύονται, και να ανοίγει μια ευρωπαϊκή προοπτική στον προσανατολισμό της πολιτικής για τα συμμετέχοντα ιδρύματα. Μεταφορά των έργων καινοτομίας σε άλλα πλαίσια, μπορεί επίσης να προσαρμόζει τα προγράμματα στις ανάγκες της αγοράς εργασίας και την ένταξη των ευάλωτων ομάδων στην αγορά εργασίας (Siakas and Georgiadiou, 2011).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - Η Διάδοση αποτελεσμάτων και Προϊόντων ενός έργου

2.1 Περίληψη

Η διάδοση (dissemination) (Antunes, 2011): Με την Διάδοση, κάνουμε τα αποτελέσματα/ προϊόντα εμφανή σε άλλους χρήστες, ομάδες και σε βασικούς παράγοντες που να μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν. Διάδοση σημαίνει να καθιστούν κατανοητές όλες οι δραστηριότητες και τα κύρια αποτελέσματα που σχετίζονται με ένα έργο σε όλους τους ενδιαφερόμενους βασικούς παράγοντες.

2.2 Κρίσιμοι παράγοντες / κριτήρια για την επιτυχή διάδοση

Η διάδοση (dissemination)θα πρέπει να αρχίσει το συντομότερο δυνατόν, αν και το σημείο εκκίνησης μπορεί να είναι διαφορετικό και σε συνάρτηση με τη φύση και τα επιθυμητά αποτελέσματα των σχεδίων. Η εσωτερική διάδοση (στο εσωτερικό του οργανισμού) είναι επίσης πολύ σημαντική επίκληση και συχνά ξεχασμένη. Στη συνέχεια, η εταιρική σχέση θα πρέπει να έχει μία κοινή αντίληψη σχετικά με το έργο και να συμφωνήσουν για την κύρια στρατηγική και τις δραστηριότητές του (Antunes, 2011).

Υπάρχουν μερικοί βασικοί παράγοντες που πρέπει να εξεταστούν για την επίτευξη της επιτυχίας στη διάδοση του έργου.

2.2.1 Γραπτό πλάνο

Δημιουργώντας μια κοινοπραξία με ρεαλιστικές δυνατότητες για την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων του έργου και που μπορούν να φθάσουν εύκολα το κοινό-στόχο. Ένα καλό γραπτό πλάνο θα πρέπει να περιλαμβάνει μια καλά σχεδιασμένη στρατηγική, σαφές όραμα του σκοπού, των στόχων σε αριθμό, δείκτες, κατανομή αρμοδιοτήτων και τη διασφάλιση της συμμετοχής όλων των εταίρων. Τα εργαλεία και τα κανάλια που επιλέγονται θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις ομάδες-στόχους και τα χαρακτηριστικά τους. Μια λίστα για το έργο θα

πρέπει να δημιουργηθεί και ένα πρότυπο πλάνο για όλους τους εταίρους που θα ακολουθήσουν: π.χ. ημερομηνίες, προθεσμίες, υπεύθυνο άτομο.

2.2.2 Γλωσσάρι

Ο τύπος της επικοινωνίας πρέπει να είναι κατάλληλη για των ομάδες-στόχους. Ένα γλωσσάρι βοηθά επίσης να αποσαφηνιστεί εσωτερική και εξωτερική επικοινωνία.

2.2.3 Διαφημιστικό υλικό

Το διαφημιστικό υλικό πρέπει να έχει σαφή σχεδιασμό και συνοχή. Είναι ιδιαίτερα επιθυμητό ο επαγγελματικός σχεδιασμός και η προσέγγιση μάρκετινγκ. Η επωνυμία του έργου θα πρέπει να εξειδικεύεται, συμπεριλαμβανομένης της πολιτιστικής διάστασης και των ποιοτικών δεικτών.

2.2.4 Ομάδες-Στόχος

Αυτό συνεπάγεται με ένα πολύ σαφή καθορισμό των ομάδων-στόχων. Είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε πώς να φτιάξουν και να παρέχουν ένα υλικό κατανοητό βάσει των ομάδων στόχων. Στην πραγματικότητα, η επιτυχής διάδοση πρέπει να ξεκινά από τις ανάγκες των ομάδων-στόχων. Πρώτον, γνωρίζοντας τις ανάγκες και στη συνέχεια να αναπτύσσοντας μια στρατηγική ανάλογα με αυτές.

Ό, τι κάνετε, θα πρέπει να γίνει με τις ομάδες-στόχους κατά νου. Κάθε υλικό διάδοσης θα πρέπει να αναπτυχθεί ανάλογα με την ομάδα-στόχο. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, τα μέλη του έργου θα πρέπει να γνωρίζουν πολύ καλά τους στόχους της ομάδας. Η καλύτερη στρατηγική θα ήταν η συμμετοχή των εκπροσώπων των ομάδων-στόχων στην ανάπτυξη των υλικών διάδοσης. Θα πρέπει να είναι σε θέση να δώσουν συμβουλές στους ανθρώπους, για τους οποίους το αντίστοιχο έργο αναπτύσσεται.

2.2.5 Μαζική Διάδοση

Η επιτυχής διάδοση περιλαμβάνει επίσης συχνά μαζική διάδοση των μέσων ενημέρωσης - αφήστε τους ανθρώπους να γνωρίζουν ότι το έργο σας είναι εκεί έξω! Και μην ξεχνάτε ότι οι δράσεις για τη διάδοση πρέπει να δημιουργήσουν μια στενή σχέση με το τοπικό περιβάλλον και την ισχυρή συμμετοχή των φορέων λήψης αποφάσεων, των κοινωνικών οργανώσεων και πολιτικών θεσμών.

Προσπαθήστε να καθοριστείτε τους στόχους του έργου σας σε 3 προτάσεις διάδοσης και βεβαιωθείτε ότι τα μέλη των συνεργατών σας συμφωνούν σε αυτά! Αυτό είναι σημαντικό για τη συμμετοχή όλων των εταίρων του έργου που θα πρέπει να συμμετέχουν σε δραστηριότητες διάδοσης (dissemination) σε όλη τη διάρκεια του έργου και πέρα από τη διάρκεια ζωής του έργου. Ορισμένοι συντονιστές χρησιμοποιούν ένα είδος συμφωνίας διάδοσης - ένα έγγραφο που υπογράφηκε κατά τη διάρκεια της εναρκτήριας συνάντησης ενός έργου προσδιορίζει τα καθήκοντα διάδοσης του κάθε μέλους της εταιρικής σχέσης καθώς και ένα χρονοδιάγραμμα.

Για να φθάσει σε ένα ευρύτερο ακροατήριο είναι απαραίτητο η δημιουργία μιας κοινότητας γύρω από ένα θέμα. Προσπαθήστε να κάνετε συνδέσεις με άλλα έργα, τα δίκτυα, τις κοινότητες. Αυτό μπορεί να ονομαστεί μια εξειδικευμένη εμπειρία: να επικοινωνήσει το έργο με παρόμοιους οργανισμούς με παρόμοιες ειδικότητες. Επιπλέον, η δραστηριότητα διάδοσης μπορεί να φτάσει σε καλά αποτελέσματα, εάν οι εταίροι είναι σε θέση να δίνουν ευρωπαϊκή αξία στο έργο, με τις επαφές τους που θα μπορούσε να κάνει τη "φωνή του έργου" μεγαλύτερη.

2.2.6 Εργαλεία Διάδοσης

Ανάλογα με το αντικείμενο του έργου και της ομάδας-στόχου είναι δυνατή η χρήση διαφορετικών εργαλείων για να διαδοθούν τα αποτελέσματα του έργου. Είναι αδύνατο κάθε ομάδα έργου να δείχνει ένα τέλειο εργαλείο, γιατί η χρησιμότητα του μηχανισμού εξαρτάται από το θέμα του έργου, το κοινό-στόχο, καθώς τους στόχους του έργου. Κάθε ομάδα έργου πρέπει να βρει τα κατάλληλα εργαλεία που ταιριάζουν στο έργο τους με τον καλύτερο τρόπο!

Επίσης είναι σημαντικό ο ορισμός της γλώσσας επικοινωνίας για τη διάδοση των αποτελεσμάτων. Τα αγγλικά, γερμανικά και γαλλικά είναι οι πιο συχνά χρησιμοποιούμενες γλώσσες επικοινωνίας σε έργα.

Τέλος, να είναι πρωτότυπο και δημιουργικό, αντί να μείνουμε μόνο στο να κολλήσουν φυλλάδια και αφίσες. Η ομάδα του έργου θα πρέπει να προσπαθήσει να είναι πιο δημιουργική κατά την εκπόνηση των στρατηγικών διάδοσης. Να κάνουμε κάτι μοναδικό, όχι μόνο θα κάνει το έργο σας να ξεχωρίζει, αλλά θα πάρετε επίσης την προσοχή των ανθρώπων.

2.3 Σχέδιο και Στρατηγική Διάδοσης

Γράφοντας ένα καλό σχέδιο διάδοσης της ποιότητας πρέπει να αποτελέσει κύρια προτεραιότητα για τον καθένα η σύνταξη προτάσεων για το χρηματοδοτούμενο από την Ευρωπαϊκή Ένωση έργο (Antunes (2011)). Μια καλή στρατηγική, πλήρης, με μετρήσιμους, ρεαλιστικούς στόχους, το οποίο τηρεί σε ένα χρονοδιάγραμμα και προσφέρει ένα πλήρες προϋπολογισμό θα μεγιστοποιήσει τη χρήση των αποτελεσμάτων του έργου από τις ομάδες-στόχους. Επίσης, θα εξασφαλίσει ότι όλοι οι εταίροι του έργου γνωρίζουν τους ρόλους και τις αρμοδιότητές τους, όταν πρόκειται για αυτές τις πολύ σημαντικές δραστηριότητες αξιοποίησης.

Ένα σχέδιο για τη διάδοση αναφέρεται στις δραστηριότητες που πρόκειται να πραγματοποιηθούν κατά τη διάρκεια της ζωής του έργου. Το σχέδιο πρέπει να συνταχθεί από την αρχή του έργου (συχνά στο στάδιο της πρότασης) και πρέπει να περιλαμβάνει δραστηριότητες που θα διεξάγονται συνεχώς μέχρι το τέλος του έργου.

2.3.1 Ανάπτυξη Σχεδίου Διάδοσης

Προκειμένου να αναπτυχθεί ένα καλό σχέδιο διάδοσης οι δικαιούχοι πρέπει να απαντήσουν στα ακόλουθα ερωτήματα (Antunes, 2011):

- Ποια είναι τα αναμενόμενα αποτελέσματα του έργου; (αναμενόμενα αποτελεσμάτων);
- Τι είδους ανάγκες του έργου δεν ανταποκρίνεται στην ανάλυση αναγκών;

Επιπλέον, το σχέδιο διάδοσης πρέπει να αναφέρει:

- Τύποι των δραστηριοτήτων διάδοσης.
- Ποιες είναι οι ομάδες-στόχοι για τις δραστηριότητες διάδοσης; (σε ποιον;).
- Τα πιο κατάλληλα μέσα διάδοσης (πώς να το κάνουμε;).
- Το πιο αποδοτικό ημερολόγιο (πότε;).
- Οι διαθέσιμοι πόροι και η ανθρώπινη χρηματοδότηση .

Κάθε καλό σχέδιο διάδοσης πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες των τελικών χρηστών του έργου, τον τομέα που αυτοί οι χρήστες εργάζονται και όλα τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη (συμπεριλαμβανομένων των οργανισμών χρηματοδότησης και τους φορείς χάραξης πολιτικής). Οι ομάδες θα πρέπει να πάρουν χρόνο για να σκεφτούν προσεκτικά με ποιον ακριβώς τρόπο πρόκειται να χρησιμοποιήσουν τα πορίσματα του έργου και των προϊόντων τους.

Στο μέτρο του δυνατού, τα σχέδια πρέπει να είναι αρκετά *ευέλικτα* ώστε να επιτρέπουν σε ομάδες-στόχους και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη να εμπλακούν κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης του έργου. Αυτό θα βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι το έργο παραμένει σε καλό δρόμο όσον αφορά τις ανάγκες του. Η συμμετοχή αυτή θα επιστήσει την προσοχή στην πιθανή αξία ενός έργου, και ακόμη θα βοηθήσει να διαδώσουν τις ειδήσεις για το έργο με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη σε όλη την Ευρώπη.

2.3.2 Στοιχεία Σχεδίου Διάδοσης

Τα δέκα στοιχεία ενός αποτελεσματικού σχεδίου για διάδοση:

1. Στόχοι: Καθορισμός και τεκμηρίωση των στόχων της προσπάθειας διάδοσης για το προτεινόμενο έργο.
2. Συσχετίσεις: Συσχέτιση κάθε στόχου με ένα ή περισσότερους από τους στόχους που διευκρινίζει τι προσπάθεια θα επιτευχθεί μέσω δραστηριοτήτων διάδοσης.
3. Χρήστες: Περιγραφή του πεδίου εφαρμογής και τα χαρακτηριστικά των «δυναμικών χρηστών» ώστε οι δραστηριότητες διάδοσης να σχεδιαστούν για να επιτύχουν τους στόχους .
4. Περιεχόμενο: Να εντοπισθούν, τουλάχιστον, τα βασικά στοιχεία του προβλεπόμενου περιεχομένου που πρέπει να διαδοθούν σε κάθε μία από τις προσδιοριζόμενες ομάδες πιθανών χρηστών.
5. Πηγή (-ές): Να προσδιοριστεί η κύρια πηγή ή οι πηγές που κάθε πιθανή ομάδα χρηστών είναι ήδη συνδεδεμένη σε περισσότερα σημεία ή ως πηγή

πληροφοριών. Σκεφτείτε τρόπους για να συνεργαστούν με αυτές τις πηγές στις προσπάθειες διάδοσης.

6. Μέσο: Περιγραφή του μέσου ή των μέσων, μέσω των οποίων το περιεχόμενο του μηνύματός σας μπορεί καλύτερα να παραδοθεί σε δυνητικούς χρήστες και να περιγράψει τις δυνατότητες και τους πόρους που θα απαιτηθούν από τους δυνητικούς χρήστες να έχουν πρόσβαση στο περιεχόμενο για το κάθε μέσο που θα χρησιμοποιηθεί.
7. Επιτυχία: Περιγραφή του πώς θα ξέρετε αν οι δραστηριότητες διάδοσης ήταν επιτυχείς. Εάν τα δεδομένα έχουν συγκεντρωθεί, περιγράψτε πώς, πότε και που θα συγκεντρωθούν.
8. Πρόσβαση: Περιγραφή του πώς θα προωθηθεί η πρόσβαση στις πληροφορίες σας και τον τρόπο που θα αρχειοθετήσετε τις πληροφορίες που μπορούν να ζητηθούν σε μεταγενέστερο στάδιο. Σκεφτείτε ότι οι περισσότεροι άνθρωποι θα χρησιμοποιούν σχετικές με το έργο σας πληροφορίες, όταν αντιλαμβάνονται την ανάγκη για αυτό – όχι κατ'ανάγκην όταν έχετε ολοκληρώσει το ερευνητικό έργο σας.
9. Διαθεσιμότητα: Προσδιορισμός των στρατηγικών για την προώθηση συνειδητοποίησης σχετικά με τη διαθεσιμότητα της έρευνας με βάση τις πληροφορίες και τη διαθεσιμότητα εναλλακτικών διαθέσιμων μορφών.
10. Εμπόδια: Αναγνώριση των πιθανών εμποδίων που μπορεί να επηρεάσουν την πρόσβαση των στοχευόμενων χρηστών ή τη χρήση των πληροφοριών και να αναπτυχθούν δράσεις για τη μείωση αυτών των εμποδίων.

2.4 Προϊόντα διάδοσης

Στα προϊόντα διάδοσης θα μπορούσαν να περιλαμβάνονται τα ακόλουθα:

- Ένα νέο πρακτικό εργαλείο εκπαίδευσης για τη χρήση από τους επαγγελματίες στην καθημερινή τους εργασία. Αυτός ο τύπος του προϊόντος μπορεί να περιλαμβάνει στοιχεία όπως εκπαιδευτικό υλικό, συμπεριλαμβανομένων των CD-ROM. Νέο λογισμικό ή πακέτα πολυμέσων σε συγκεκριμένους τομείς.
- Τεκμηρίωση έργου που σχετίζονται με την κατάρτιση πλοήγησης, όπως συμπεριλαμβανομένης και αυτής της ορθής πρακτικής που απεικονίζουν και να

αναλύσει τις καταστάσεις και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν και να βρεθούν λύσεις.

- Μια νέα μέθοδος ή μοντέλο για να λύσει ένα πρόβλημα ή να ανταποκριθεί στην ανάγκη. Μια τέτοια προσέγγιση περιλαμβάνει συνήθως σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο μία σειρά δραστηριοτήτων πραγματοποιείται.

2.5 Ομάδες-στόχοι διάδοσης

Για τον ορισμό πιο αποτελεσματικών δραστηριοτήτων Διάδοσης, "οι ομάδες-στόχος" μπορούν να χωριστούν στις ακόλουθες κατηγορίες (Socrates, 2000):

- i. **εκπαιδευόμενοι**, οι οποίοι θα πρέπει να ενημερώνονται σχετικά με τα νέα προγράμματα σπουδών, τον εξοπλισμό, τις ευκαιρίες κινητικότητας που προσφέρονται. Οι μαθητές είναι ταυτόχρονα ομάδα-στόχος για τη διάδοση και την βιωσιμότητα: στην πραγματικότητα, ο αριθμός των μαθητών είναι συχνά το βασικό κριτήριο που χρησιμοποιείται για την κατανομή της χρηματοδότησης στα πανεπιστήμια, σχολεία, κέντρα κατάρτισης και, σε ορισμένες χώρες, μέσω των φόρων εγγραφής. Είναι ένας καθοριστικός παράγοντας.
- ii. **άλλα μέλη του πανεπιστημίου, του σχολείου, εκπαιδευτικού κέντρου, ερευνητικού ιδρύματος, της εταιρείας που συμμετέχουν στο έργο.**
- iii. **άλλα πανεπιστήμια, σχολεία, κέντρα κατάρτισης, ερευνητικά ιδρύματα, εταιρείες της χώρας**, οι οποίες θα μπορούσαν να επωφεληθούν τόσο από την εμπειρία που αποκτήθηκε και τα συγκεκριμένα αποτελέσματα των έργων που αναπτύχθηκαν στην ίδια χώρα.
- iv. **άλλα πανεπιστήμια, σχολεία, κέντρα κατάρτισης, ερευνητικά ιδρύματα, εταιρείες σε άλλες χώρες.** Αυτός είναι ο στόχος του δυνητικού ενδιαφέροντος για τα ιδρύματα στις πιο προηγμένες χώρες, ιδιαίτερα εκείνες που επιδιώκουν συνεργασία με άλλους φορείς. Η μεταφορά των επιτυχημένων προγραμμάτων σπουδών ή εκπαιδευτικού υλικού σε χώρες που έχουν μικρότερη ιστορία, είναι μια πολλά υποσχόμενη περιοχή στην οποία μπορεί να αξιοποιηθεί η νέα εμπειρία που αποκτήθηκε.
- v. **φορείς χάραξης πολιτικής σε εθνικές και περιφερειακές κυβερνήσεις και στη βιομηχανία**, οι οποίοι μπορούν να παρέχουν πρόσθετη στήριξη

και παρακολούθηση ευκαιριών για επιτυχημένα σχέδια, που μπορεί να δείξει συγκεκριμένα τα αποτελέσματα της εργασίας τους και τα πιθανά οφέλη των μελλοντικών εξελίξεων.

- vi. **κοινή γνώμη**, που πρέπει να έχουν επίγνωση των συγκεκριμένων αποτελεσμάτων, προκειμένου να υποστηριχθούν οι αποφάσεις της πολιτικής για την συνέχιση των επενδύσεων. Αυτό είναι προφανώς ένας στόχος που δεν μπορεί να αντιμετωπιστεί με μεμονωμένα έργα, αλλά σε επίπεδο προγράμματος. Ωστόσο, απαιτεί την κινητοποίηση των έργων, εάν θέλει να είναι αξιόπιστη.

2.6 Μηχανισμοί για τη διάδοση

Το υλικό προώθησης θα πρέπει να δημιουργηθεί για να καλύπτει περισσότερες από μία λογική και επίσης θα πρέπει να είναι χωρίς εμπόδια. Σημαντικά γεγονότα είναι τα εξής: χιούμορ χρήστη, να κάνει κάτι το εξαιρετικό ,χρησιμοποιούν εύκολη γλώσσα, διεπιστημονική προσέγγιση (π.χ. περιλαμβάνουν νέους καλλιτέχνες), την πολυμορφία και να προσπαθήσει να φτάσει το κοινό-στόχο στην καθημερινή ζωή. Είναι ζωτικής σημασίας να τονίσει ότι η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία εξακολουθεί να είναι ένα must για τη διάδοση.

Μην ξεχάσετε να κοινωνικοποιηθούν, όχι μόνο στις επίσημες αλλά και στις ανεπίσημες συναντήσεις. Επιπλέον, θα πρέπει να είναι διαδραστικό, ευέλικτο και να μπορείτε να πάρετε άμεση ανατροφοδότηση και να αντιδρούν σε σκεπτικισμό και τους κριτικούς. Και υπενθυμίζουν ότι η διάδοση εξαρτάται επίσης από το στόχο και τη φύση του προϊόντος!

Ωστόσο, σε όλες σχεδόν τις περιπτώσεις, τα ακόλουθα μπορούν και πρέπει να χρησιμοποιηθούν(Antunes, 2011):

- Δικτύωση
- social media
- ενημερωτικά δελτία και φυλλάδια
- πρόσωπο με πρόσωπο
- παρουσιάσεις σε συνέδρια και συναντήσεις

- συνεντεύξεις Τύπου (βεβαιωθείτε ότι σημαντικές οργανώσεις καλούν για συνεντεύξεις Τύπου, αλλιώς κανείς δεν θα εμφανιστεί)
- διαφημιστικό υλικό και προϊόντα
- παρουσιάσεις σε εκθέσεις, εκθέσεις, κ.λπ.,
- ιστοσελίδα του έργου και
- αφιερωμένη εργαστήριο / συνέδριο, καθώς και αρκετά κανάλια (media ,χαρτί, γεγονότα,καθαρή βάση και e-media κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης και των γενικών μέσων μαζικής ενημέρωσης) οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη διάδοση των έργων που παρουσιάζονται παρακάτω.

Σε κάθε περίπτωση παρατίθενται διαφορετικοί τύποι εργαλείων διάχυσης, υπό τον όρο χρήσιμες οδηγίες για τη χρήση του και παραδείγματα που συγκεντρώθηκαν από τα έργα που συμμετέχουν στο έργο Diva.

2.6.1 Paper Media-Έντυπο Μέσο

Στην κατηγορία αυτή είναι δυνατόν να συγκεντρωθούν διάφορα έντυπα εργαλεία για τη διάδοση, όπως, φυλλάδια, αφίσες, ενημερωτικά δελτία, πιστοποιητικά συμμετοχής ή βιβλία, άρθρα και μελέτες, κλπ(Antunes, 2011).

Πτυχιακή εργασία των φοιτητριών Κουμαρά Αλίκη και Νικολαΐδου Αγάπη

Coordinator and Contractor

Alexander Technological Educational Institute of
Thessaloniki
P.O. Box 141, GR-57400 Sindos, Thessaloniki, Greece
+302310791296
www.taithe.gr, siaka@taithe.gr

PARTNERS

FH joanneum GmbH,
Alte poststasse 147-149, 8020 Graz, Austria
+4331664530
www.fh-joanneum.at, rupert.beinhauer@fh-joanneum.at

University of Vaasa, P.O. Box 700,
FIN-65101 Vaasa, Finland
+358 50 4647 828
www.uvasa.fi, marja.naaranoja@uvasa.fi

Middlesex University, The Burroughs,
London NW4 4BT, United Kingdom
+442084115000
www.mdx.ac.uk, g.abeyasinghe@mdx.ac.uk

International Software Consulting Network Ltd
Florence House, 1 Florence Villas,
Bray, Co. Wicklow 1E02, Ireland
+35312050020
www.iscn.com, messa@iscn.com

Thessaloniki Chamber of Commerce and
Industry,
29 Tsimitaki str., GR-54624 Thessaloniki, Greece
+302310370110
www.ebeth.gr, antonisb@ebeth.gr

IEK Themi,
4 Rafail Papadaki Kyriakou, GR- 57001 - Themi
+302310461601
<http://iiek-themi.thess.sch.gr>, Grammatola@iiek-themi.thess.sch.gr



THE PROJECT IS SUPPORTED BY

European Certification and Qualification Association
Pflanzengasse 1, A-3500 Krems, Austria
Tel.: +43 316 81 59 1 Fax.: +43 316 81 59 12
www.ecqa.org, info@ecqa.org

www.ecqa.org

The VALO Project aims to develop and apply the training and certification schema for valorisation (dissemination, sustainability and exploitation).

VALO is funded by the European Commission

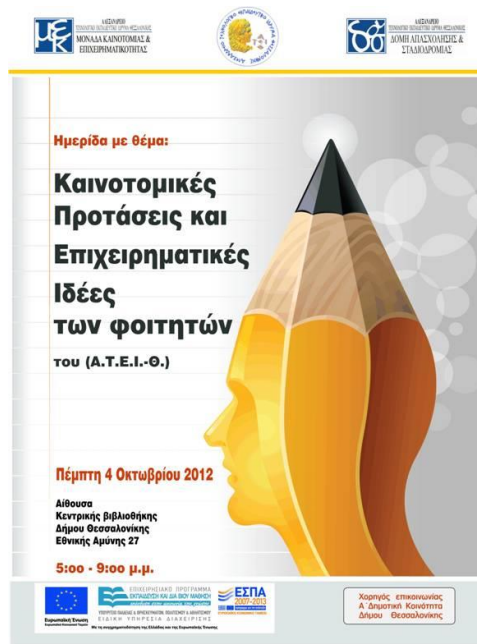
Project Number: 2011-1-GR14-LED-05-06789

This project has been funded with support from the European Commission. This publication – neither – reflects the views solely of the author – the VALO Consortium – and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Education and Culture DG
Lifelong Learning Programme

ECQA VALO Φυλλάδιο

Τα φέιγ βολάν, αφίσες και ενημερωτικά φυλλάδια είναι πολύ χρήσιμα για την εξάπλωση βασικές πληροφορίες για τα σχέδια και μπορεί επίσης να χρησιμεύσει ως μια πρόσκληση για ένα συγκεκριμένο γεγονός (π.χ. εργαστήριο, συνέδριο).

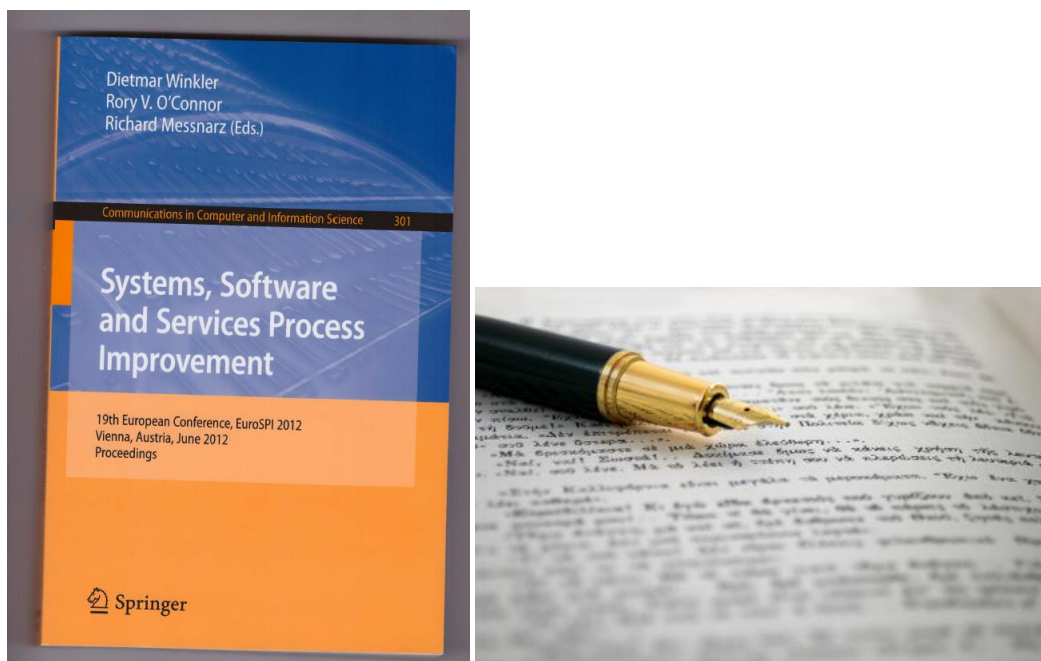


Αφίσα για Ημερίδα

Τα έντυπα, μεγαλύτερο από τα ενημερωτικά φυλλάδια, παρέχουν πιο λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με το έργο.

Τα ενημερωτικά φυλλάδια κρατάνε ενήμερα το κοινό-στόχο και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, σχετικά με την πρόοδο του έργου και θα πρέπει να χορηγείται σε κρίσιμα ορόσημα της ανάπτυξής του έργου.

Τέλος, τα βιβλία, άρθρα και μελέτες επιτρέπουν τη διάδοση των σχετικών πληροφοριών και των αποτελεσμάτων για το ενδιαφερόμενο κοινό, φτάνοντας ενδεχομένως σε ένα ευρύτερο πεδίο εφαρμογής, των τελικών χρηστών και των ενδιαφερομένων μερών.



Βιβλία και Άρθρα

2.6.2 Εκδηλώσεις

Η Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας του Α.Τ.Ε.Ι.-Θ.
υπό την αιγίδα της
Δομής Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας (Δ.Α.ΣΤΑ.)
σας προσκαλεί στην εκδήλωση που διοργανώνει με θέμα
«e-marketing»
την **Τρίτη 5 Ιουνίου 2012** και ώρα **10:30 π.μ.**
στο **Αμφιθέατρο Ηλεκτρονικής του Α.Τ.Ε.Ι.-Θ.**

The bottom of the poster features several logos: the logo of the Technological Educational Institute of Thessaloniki (A.T.E.I.-Th), the European Union flag, the logo of the Operational Program "Growth and Employment" (ΕΠΕΑΕΚ II), the logo of the Ministry of Education and Religious Affairs (ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ), the logo of the National Center for Research and Technology (NTRF), the logo of the Unit for Innovation and Entrepreneurship (ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ), and the logo of the Center for Career Development and Employment (ΔΟΜΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ).

Πρόσκληση σε Εκδήλωση

Σε αυτή την κατηγορία είναι συγκεντρωτικά σεμινάρια, συζητήσεις στρογγυλής τραπέζης, συνέδρια, σεμινάρια, ημερίδες, εκθέσεις, εμπορικές εκθέσεις, εκστρατείες και διαγωνισμοί, κλπ. Μέσα από εκδηλώσεις, που καλύπτουν το ίδιο ή σχετικό θέμα του έργου, μια ομάδα-στόχος μπορεί να επιτευχθεί άμεσα στις ανάγκες του έργου / προϊόντος και μπορεί να απευθύνεται ανοιχτά πρόσωπο με πρόσωπο με τα επιθυμητά άτομα. Συχνά τα γεγονότα θεωρούνται ως ο καλύτερος τρόπος επικοινωνίας. Αυτό συμβαίνει επειδή τα

γεγονότα προωθούν μια αμφίδρομη επικοινωνία-με την ομάδα-στόχο, και όχι μόνο οι πληροφορίες όπως είναι η περίπτωση για πολλά άλλα εργαλεία διάδοσης. Αυτή η προσωπική αλληλεπίδραση είναι δυνατή όχι μόνο με το επιθυμητό κοινό-στόχο, αλλά και με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, που εργάζονται στην ίδια και / ή συμπληρωματικούς τομείς και διευρύνοντας έτσι σημαντικά τις δυνατότητες για δικτύωση, την προώθηση συμφερόντων και απευθύνεται σε ευρύτερο κοινό.

Οι συμμετέχοντες των εκδηλώσεων είναι οι καλύτεροι άνθρωποι για την προώθηση των έργων. Στην πραγματικότητα η διάδοση από στόμα σε στόμα εξακολουθεί να είναι ένα εξαιρετικό όχημα για τα έργα και τα προϊόντα με σκοπό την προβολή, το κέρδος και την αναγνώριση.

Παρουσιάσεις και συμμετοχές σε εκδηλώσεις περιλαμβάνουν την προετοιμασία, αλλά μπορεί να είναι ικανοποιητική προσοχή στην παραγωγή και την ανατροφοδότηση σχετικά με τις δραστηριότητες. Μπορούν επίσης να οδηγήσουν σε υποπαράγωγες ευκαιρίες διάδοσης, όπως δημοσιεύσεις ή προσκλήσεις για να παρουσιάσουν σε άλλες εκδηλώσεις.

Ανάλογα με το χρόνο και τον προϋπολογισμό, θα πρέπει να αποφασιστεί αν θα οργανωθούν ανοικτές ειδικές εκδηλώσεις ή αν παρακολουθήσουν άτομα που καλύπτουν ίδια ή συναφή θέματα. Οι ειδικές εκδηλώσεις προβάλλουν συνήθως τα τελικά προϊόντα στους δυνητικούς τελικούς χρήστες. Στην πιλοτική φάση αυτά τα γεγονότα συχνά εξασφαλίζουν την εφαρμοσιμότητα και τη χρηστικότητα των προϊόντων του έργου. Με αυτό τον τρόπο, είναι ένα σχετικό μέσο για τη διασφάλιση της ποιότητας του έργου.

Αρκετά θετικά στοιχεία μπορούν να ακολουθήσουν με την προβολή του έργου μέσα από τις εκδηλώσεις, όπως(Antunes, 2011):

1. "pay-back"
2. αύξηση του αντίκτυπου
3. μια πλατφόρμα για να ανταλλάσσουν προσωπικές εντυπώσεις, όπου επιτρέπεται να προσαρμοστούν τα μηνύματα
4. δυνατότητα να διαδοθούν ευρέως τα αποτελέσματα του έργου
5. μέσο για τη διασφάλιση της ποιότητας

Ωστόσο, τα γεγονότα παρουσιάζουν επίσης ορισμένα μειονεκτήματα που μπορούν να εμποδίσουν την επιθυμητή επιτυχία. Υπάρχουν πάρα πολλά γεγονότα στις μέρες μας, είναι δύσκολο να έχουν την προσοχή του ενδιαφερόμενου κοινού. Είναι επίσης δύσκολο να κινητοποιήσει τους ανθρώπους. Υπάρχει μεγάλος κίνδυνος να γίνει αόρατο με την εκδήλωση, όταν οι άλλες εκδηλώσεις που προβλέπονται κατά τον ίδιο / σχετικό θέμα και σε κοντινές ημερομηνίες.

Είναι σημαντικό να κάνουμε κάτι αναπάντεχο για να τραβήξουμε την προσοχή και να το θυμούνται και μετά το πέρας της εκδήλωσης. Αν κάνετε μια εκδήλωση, βεβαιωθείτε ότι υπάρχει κάτι το ιδιαίτερο πέρα από το περιεχόμενο που οι συμμετέχοντες θα θυμούνται (π.χ. καλό φαγητό).

2.6.2.1 Συμβουλές Οργάνωσης Εκδηλώσεων

Σε αυτό το σημείο μερικές γενικές συμβουλές για την οργάνωση και συμμετοχή σε εκδηλώσεις (Antunes, 2011):

- ✓ Διαδραστικές εκδηλώσεις
- ✓ Προσδιορίστε το βασικό πρόσωπο (-α) και να τους μιλήσετε. Δικτυωθείτε!
- ✓ Συμμετοχή των ενδιαφερομένων μελών και φορέων λήψης αποφάσεων
- ✓ Προσπαθήστε να επηρεάσουν οι φορείς λήψης αποφάσεων
- ✓ Επιλέξτε σωστά τις εκδηλώσεις, όπου το κοινό-στόχος θα μπορεί να δώσει το παρών
- ✓ Αξιολόγηση των επιπτώσεων της εκδήλωσής σας (feedback)
- ✓ Χρησιμοποιήστε το κατάλληλο υλικό και να δοκιμάσετε νέους τρόπους για να εμπυχώσετε τους ακροατές
- ✓ Κάντε το απλό!
- ✓ Να είστε βέβαιοι ότι το μήνυμά σας είναι σαφές και κατανοητό
- ✓ Προσδιορισμός των συμμετεχόντων
- ✓ Επωφεληθείτε από την προσέλευση του κόσμου στις εκδηλώσεις σας και συλλέξτε διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου τους. Μπορείτε να δημιουργήσετε μια λίστα όπου να στείλετε ενημερωτικά δελτία ή ακόμα και σχηματίσετε ένα κοινωνικό δίκτυο (όπως το Facebook ή το LinkedIn)

- ✓ Δημιουργήστε μια κοινή αποστολή και το όραμα να εξασφαλίσετε αξιόπιστη παρουσίαση.

2.6.3 Βραβεία και τα πρότυπα ποιότητας

Κερδίζοντας ένα βραβείο ή την επίτευξη ενός ποιοτικού σήματος μπορεί να είναι ένα ισχυρό εργαλείο για τη διάδοση (Antunes, 2011). Η αναγνώριση του έργου σας από τους άλλους δεν είναι μόνο γενικού ενδιαφέροντος, αλλά προσθέτει φήμη στο έργο σας. Η επίτευξη ενός προτύπου ποιότητας, όπως το Ευρωπαϊκό Σήμα Γλωσσών αποδεικνύει ότι το έργο πληρήνεται ένα συγκεκριμένο πρότυπο ή είναι ένα παράδειγμα της βέλτιστης πρακτικής στον τομέα της.

2.6.4 Net-based και e-media

Το Διαδίκτυο είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την προώθηση του έργου σας. Η Τεχνολογία του Διαδικτύου προσφέρει νέους και καινοτόμους τρόπους για τη διάδοση του έργου (Antunes, 2011).. Για παράδειγμα, υπάρχουν «blogs», podcasts ή βίντεο επιμερισμού ιστοσελίδων όπως το YouTube.

Έργα δικτύωσης χρησιμοποιούν μαζικά email για τη διάδοση πληροφοριών, που έχει ένα υψηλό ποσό των επαφών και λίστες που σχετίζονται με το θέμα του ενδιαφέροντος. Τα έργα που δίνουν προτεραιότητα στην επικοινωνία εσωτερικά email για την ανταλλαγή πληροφοριών σχεδόν καθημερινά και τη χρήση κλήσεις μέσω internet και video conferencing και συγκεκριμένα μέσω του Skype, καθώς και πλατφορμών που δημιουργούνται για αυτό το σκοπό, αυξάνεται ολοένα και περισσότερο.



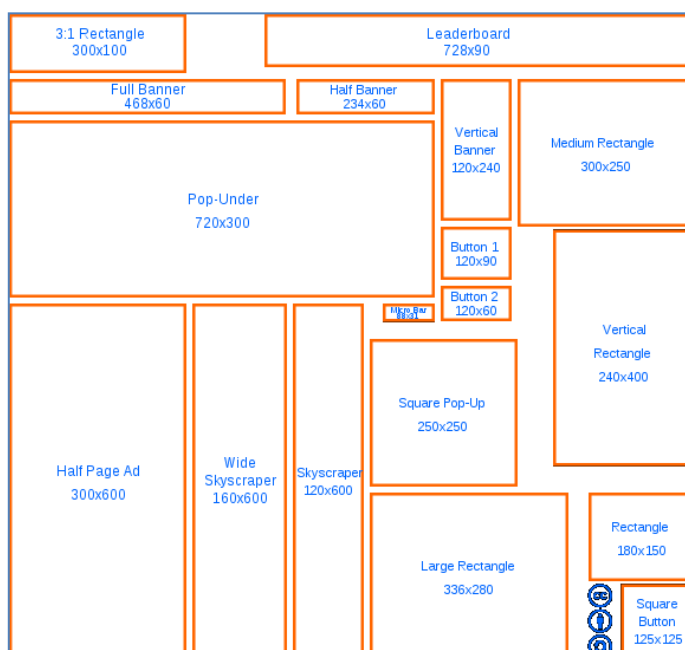
Skype και Youtube

Συνομιλίες μέσω του Skype μπορούν να αντιγραφούν και να αποθηκεύονται αλλού. Μεγάλο μέρος του υλικού για τη διάδοση, όπως ενημερωτικά δελτία, φυλλάδια, κλπ. αποστέλλονται ηλεκτρονικά σε λίστες που δημιουργήθηκε για το έργο. Εικονικές εκθέσεις επιτρέπουν την παρουσίαση προϊόντων σε απευθείας σύνδεση του έργου. Ηλεκτρονικά περιοδικά μπορούν να προσφέρουν τακτική ενημέρωση για την πρόοδο του έργου και τη συλλογή συνεισφορών σχετικά με τα θέματα του έργου. E-conference επιτρέπει σε ένα ευρύτερο αριθμό φορέων να συνομιλήσουν, ανεξάρτητα από τη θέση τους.

2.6.5 Banners και buttons

Τα banners είναι μικρά γραφικά εικονίδια τα οποία αν ο χρήστης τα πατήσει οδηγείται στην ηλεκτρονική σελίδα του προϊόντος που αυτά διαφημίζουν ². Το περιεχόμενό τους μπορεί να είναι είτε με τη μορφή απλού κειμένου ή εικόνας, είτε με τη μορφή κινούμενης εικόνας και ήχου για να προσελκύει την προσοχή των χρηστών της ιστοσελίδας. Επίσης, μπορεί να είναι κάποιο παιχνίδι ή πάζλ που μπορεί να παίξει ο χρήστης και αν κερδίσει να οδηγηθεί στην ιστοσελίδα στην οποία θέλει ο διαφημιστής – επιχειρηματίας να πλοηγήσει το χρήστη.

Είναι δυνατή η χρήση web banners για τη διαφήμιση ενός έργου και να προσελκύσει ανθρώπους στην ιστοσελίδα της.



Διάφοροι τύποι banners

Θεωρείται ότι είναι η πιο διαδεδομένη μέθοδος προώθησης προϊόντων από τις διάφορες επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να τοποθετούν τέτοιες διαφημίσεις οπουδήποτε θέλουν και με ανακατεύθυνση επίσης σε ιστοσελίδα που αυτοί έχουν επιλέξει, η οποία είναι συνήθως η ιστοσελίδα της εταιρείας ή κάποιας προσφοράς που τυχόν διαφημίζει το banner.



Ορθογώνια banners

Τα banners πολλές φορές τοποθετούνται σε ιστοσελίδες οι οποίες σχετίζονται με το προϊόν που διαφημίζεται με το προϊόν ή την υπηρεσία της εκάστοτε ιστοσελίδας. Η στοχευόμενη αυτή διαφήμιση ενισχύει την διαφημιστική εκστρατεία των συνεργαζόμενων εταιρειών και, αν είναι πετυχημένη η στρατηγική τους, μπορούν να συνδέσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες η μία της άλλης στο μυαλό των καταναλωτών, ώστε τελικώς να επωφεληθούν και οι δύο και να αυξήσουν τις πωλήσεις τους, παρουσιάζοντας την αλληλένδετη σχέση μεταξύ των δύο.

Υπάρχουν διάφοροι τύποι banners τα οποία παρουσιάζονται στις ιστοσελίδες, όπως είναι τα ορθογώνια banners που εμφανίζονται στο πάνω μέρος της ιστοσελίδας και τα οποία δεν προτιμούνται πολύ από τους χρήστες παρόλο που για τις εταιρείες είναι ένας από τους πιο φθηνούς τρόπους διαφήμισης, τα skyscrapers που είναι κάθετα banners και υπάρχει πιθανότητα να μην είναι ορατά

αν η οθόνη του χρήστη είναι πολύ μικρή και τα superbanners που έχουν διπλάσιο εύρος από τα κλασικά banners.



Διάφοροι τύποι buttons

Τα buttons είναι και αυτά μια μορφή banner αλλά είναι πολύ μικρά, έχουν τη μορφή κουμπιού ή εικόνας (κινούμενης ή μη) και σκοπός τους είναι η σύνδεση με την πραγματική ιστοσελίδα του προϊόντος (Ζώτος, 2000). Ο χρήστης με ένα απλό πάτημα του κουμπιού του ποντικιού του πάνω σε αυτά οδηγείται στην ιστοσελίδα του προϊόντος και μπορεί να συλλέξει περαιτέρω πληροφορίες για αυτό. Τα buttons είναι συνήθως πολύχρωμα και ελκυστικά στο μάτι των χρηστών που, πολλές φορές, ακόμα και από απλή περιέργεια, δοκιμάζουν το πάτημά τους και την πλοήγησή τους στη σελίδα στην οποία αυτά τους οδηγούν.

2.6.6 Ιστοσελίδα έργου

Μια ειδική ιστοσελίδα είναι συχνά το κύριο κανάλι διάδοσης για ένα έργο. Αν γίνει ελκυστική, διαδραστική, εύκολη στη χρήση και αν σε όλες τις γλώσσες των εταίρων μπορεί να έχει μεγάλη επίδραση στο κοινό-στόχο (Antunes, 2011). Είναι σημαντικό οι πληροφορίες, οι ειδήσεις μέχρι και η ημερομηνία στην ιστοσελίδα σας να είναι εύκολη στην πλοήγηση. Είναι χρήσιμο να έχουμε συνδέσεις από και προς άλλους δικτυακούς τόπους. Αυτές περιλαμβάνουν Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεματικές ειδήσεις ή τις ιστοσελίδες των οργανώσεων των εταίρων, έτσι ώστε τα προγράμματα περιήγησης μπορούν να έχουν πρόσβαση στις σελίδες σας από άλλες σχετικές ιστοσελίδες. Βεβαιωθείτε ότι η ιστοσελίδα σας είναι εύκολο να βρσκεται από τις μηχανές αναζήτησης. Είναι επίσης σημαντικό να προωθείτε ο ιστοχώρος σας και να παρακολουθείτε την αποτελεσματικότητά του, έτσι ώστε να μπορείτε να κάνετε τις απαραίτητες βελτιώσεις.

Οι δραστηριότητες διάδοσης, για την προσέλκυση ατόμων στο χώρο, θα πρέπει να αρχίσει το συντομότερο δυνατόν, έτσι ώστε οι επισκέπτες να αρχίσουν να αναφέρουν τον σύνδεσμο για την ιστοσελίδα σας. Συχνά μια ιστοσελίδα του έργου έχει ένα δημόσιο χώρο και ένα ιδιωτικό χώρο και το εικονικό περιβάλλον δικτύου. Παρ'όλα αυτά, η χρήση ενός φόρουμ δεν συνιστάτε για τη διάδοση, επειδή είναι ακριβό / χρονοβόρο να διαχειρίζεται και να παρακολουθούνται (π.χ. spam, υπερχείλιση των πληροφοριών, αργές απαντήσεις) και συχνά δεν είναι σαφές ποιος θα διατηρήσει το φόρουμ μετά την ολοκλήρωση του έργου. Έτσι οι πτυχές της συντήρησης, το κίνητρο των χρηστών και εν γένει η προστιθέμενη αξία θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη λήψη της απόφασης σχετικά με την εκτέλεση ενός φόρουμ.

2.6.7 Social Media

Τα social media είναι ιστοσελίδες στις οποίες οι χρήστες μπορούν να επικοινωνήσουν άμεσα και σε πραγματικό χρόνο και να αλληλεπιδράσουν μεταξύ τους. Η μεγάλη ανάπτυξή τους τα τελευταία χρόνια έχει οδηγήσει στη δημιουργία πολλών ιστοσελίδων με διαφορετικές μορφές οι οποίες χρησιμοποιούν τα διάφορα αυτά κοινωνικά μέσα για την άμεση αλληλεπίδραση και επικοινωνία που προσφέρουν. Οι μορφές που παίρνουν τα κοινωνικά μέσα (Damian and Calvin, 2009) είναι οι ακόλουθες:

- **Κοινωνική σελιδοποίηση (Social bookmarking)**

Στις ιστοσελίδες αυτές οι χρήστες μπορούν να αποθηκεύσουν τους αγαπημένους προορισμούς, είτε αυτοί είναι άλλες ιστοσελίδες είτε διάφορα είδη πολυμέσων και να τις κατηγοριοποιούν όπως αυτοί επιθυμούν. Με αυτό τον τρόπο δεν αποθηκεύουν σελίδες στον υπολογιστή τους και η διαχείριση τους γίνεται πιο εύκολη και διασκεδαστική. Οι διαφημιστές πρέπει να δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να μπορούν να δημιουργούν σελιδοδείκτες τις σελίδες των πελατών τους, ώστε να είναι εύκολη η πρόσβασή τους σε αυτές, όταν οι χρήστες επιθυμούν να μοιράσουν τις προτιμήσεις τους με άλλους χρήστες. Τέτοιου τύπου ιστοσελίδες

είναι οι Delicious (www.delicious.com) και η StumbleUpon (www.stumbleupon.com).

- **Social media με καταχωρήσεις (Social media submission sites)**

Οι ιστοσελίδες αυτές είναι παρόμοιες με τις προηγούμενες με τη διαφορά ότι σε αυτές οι χρήστες μπορούν να καταχωρήσουν οτιδήποτε θεωρούν ότι μπορεί να ενδιαφέρει άλλους χρήστες, όπως είναι διάφορα άρθρα ή βίντεο και γενικότερα περιεχόμενο το οποίο μπορεί να δημοσιευτεί. Οι χρήστες επίσης έχουν τη δυνατότητα να βαθμολογούν τις διάφορες δημοσιεύσεις και όσο μεγαλύτερη βαθμολογία έχει κάποια από αυτές τόσο περισσότερες δυνατότητες έχει να εμφανιστεί στην πρώτη σελίδα του ιστοτόπου και να γίνεται εύκολα ορατή από πολλούς χρήστες. Αυτές τις πληροφορίες τις εκμεταλλεύονται οι διαφημιστές προκειμένου να συλλέξουν πληροφορίες για τις προτιμήσεις και τα ενδιαφέροντα των χρηστών. Τέτοιες ιστοσελίδες είναι οι Digg (www.digg.com) και η Reddit (www.reddit.com).

- **Φόρουμ και ιστοσελίδες συζητήσεων (Forums and discussion sites)**

Σε αυτές τις ιστοσελίδες είναι εγγεγραμμένοι πάρα πολλοί χρήστες οι οποίοι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Τα θέματα τα οποία καλύπτονται είναι διάφορα και το μόνο που χρειάζεται ο χρήστης είναι να έχει κάποιο λογαριασμό στο συγκεκριμένο ιστοτόπο, ώστε να έχει κάποιο προσωπικό προφίλ για να συμμετέχει στις διάφορες συζητήσεις. Οι διαφημιστές μπορούν να έρθουν πιο κοντά στους πελάτες και να συλλέξουν πληροφορίες για αυτούς, καθώς και να ελέγχουν ποιες είναι οι πιο δημοφιλείς συζητήσεις μεταξύ τους. Μερικές από τις πιο γνωστές ιστοσελίδες τέτοιου τύπου είναι οι ιστοσελίδες Yahoo Groups (<http://groups.yahoo.com>) and Google Groups (<http://groups.google.com>).

- **Ιστοσελίδες διαμοιρασμού μέσων (Media sharing sites)**

Οι ιστοσελίδες αυτού του τύπου είναι από τις πιο διαδεδομένες στο διαδίκτυο. Οι χρήστες έχουν πρόσβαση σε ένα πολύ μεγάλο αριθμό πολυμέσων, από τα οποία το πιο διαδεδομένο είναι το βίντεο. Οι δυνατότητες που δίνονται στο χρήστη είναι πολλές, όπως το να μοιραστεί κάποια πολυμέσα με άλλους χρήστες, να σχολιάσει πάνω σε αυτά, να τα κρίνει, καθώς και να φορτώσει τα δικά του μέσα

στο διαδίκτυο. Επίσης, μπορεί να δημιουργήσει κάποιο προσωπικό προφίλ, ώστε να διαχειρίζεται τα διάφορα αυτά στοιχεία πιο αποτελεσματικά. Πολλές διαφημίσεις μπορούν να προωθηθούν μέσα από αυτές τις σελίδες και να ληφθούν πληροφορίες τόσο για τους χρήστες όσο και για το πόσο δημοφιλείς και αποτελεσματικές είναι αυτές οι διαφημίσεις. Οι πιο γνωστές σελίδες τέτοιου τύπου είναι οι YouTube (www.youtube.com) και Yahoo (video.yahoo.com) για βίντεο και η Slideshare (www.slideshare.com) για slides.

- **Ιστοσελίδες αναφορών και βαθμολόγησης (Reviews and rating sites)**

Σε αυτές τις ιστοσελίδες οι χρήστες μπορούν να γράψουν τις απόψεις τους και τη γνώμη τους για διάφορα προϊόντα, υπηρεσίες, εταιρείες και οτιδήποτε αυτοί θεωρούν ότι θα ενδιαφέρει και τους υπόλοιπους χρήστες. Επίσης, τους δίνεται η δυνατότητα να βαθμολογήσουν με βάση τις δικές τους προσωπικές προτιμήσεις και να δώσουν έτσι τη δυνατότητα στις εταιρείες να δουν πόσο καλά θεωρούν οι καταναλωτές τόσο τις ίδιες όσο και αυτά που προσφέρουν στην αγορά. Μια καλή στρατηγική μάρκετινγκ πρέπει να λαμβάνει πάντα υπόψη της αυτά τα δεδομένα και να διορθώνει τυχόν ατέλειες στη διαφημιστική καμπάνια της εταιρείας. Τέτοιου τύπου ιστοσελίδες είναι η Epinions.com (www.epinions.com) και η Reviewcentre (www.reviewcentre.com).

- **Ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Social network sites)**

Τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί πολλές ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης οι οποίες χρησιμοποιούνται από εκατομμύρια χρήστες. Αυτές οι σελίδες διατηρούν τα προφίλ των χρηστών και όλες τις πληροφορίες που αυτοί έχουν εκθέσει σχετικά με τις προτιμήσεις και τις απόψεις τους πάνω σε διάφορα θέματα. Με βάση αυτά τα δεδομένα οι διαφημιστές προσπαθούν να συλλέξουν πληροφορίες σχετικά με τις προτιμήσεις των χρηστών και να προβάλλουν τις κατάλληλες διαφημίσεις με την ελπίδα ότι θα προσελκύσουν πιο εύκολα το αγοραστικό ενδιαφέρον τους. Τέτοιου τύπου ιστοσελίδες είναι οι Facebook (www.facebook.com) και MySpace (www.myspace.com). Το Facebook μάλιστα θεωρείται η καλύτερη ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης με πολύ μεγάλο ποσοστό ατόμων να αποτελούν χρήστες του και μάλιστα φανατικοί.

- **Τα ιστολόγια (Blogs)**

Τα ιστολόγια είναι ιστοσελίδες, οι οποίες παίρνουν τη μορφή μιας διαδικτυακής εφημερίδας και όπου παρουσιάζονται διάφορα νέα ή γνώμες και απόψεις ανθρώπων πάνω σε κάποιο θέμα. Κάθε θέμα που παρουσιάζεται μπορεί να σχολιαστεί και να κριθεί από οποιονδήποτε ανά πάσα στιγμή και τα θέματα είναι κοινωνικού, πολιτικού, οικονομικού ενδιαφέροντος, καθώς επίσης και επιχειρηματικού ή καταναλωτικού ενδιαφέροντος. Οι ιστοσελίδες αυτές έχουν μεγάλη αναγνωσιμότητα και πολλές επιχειρήσεις τις εκμεταλλεύονται προκειμένου να συλλέξουν πληροφορίες και σχόλια για τα προϊόντα τους ή να παραθέσουν οι ίδιοι κάποιο άρθρο ή κάποια διαφήμιση πάνω σε αυτό. Οι τύποι ιστολογίων που υπάρχουν στο διαδίκτυο περιλαμβάνουν κυρίως προσωπικά ιστολόγια ατόμων, επαγγελματικά ιστολόγια, ιστολόγια που βασίζονται σε βίντεο, καθώς και άλλες μορφές ανάλογα με το περιεχόμενό τους (Miletsky, 2009).

- **Τα Podcasts (ipod broadcast)**

Τα podcasts είναι αρχεία ήχου ή βίντεο και τα οποία αποθηκεύονται στις διάφορες ιστοσελίδες και μπορούν να έχουν σε πρόσβαση αυτά οι χρήστες των σελίδων αυτών. Το περιεχόμενό τους μπορεί να είναι είτε ενημερωτικό είτε διαφημιστικό και οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι προσεκτικές σε ποιες ιστοσελίδες θα τοποθετηθούν τα προϊόντα τους. Η μέθοδος αυτή είναι πολύ χρήσιμη γιατί τα αρχεία αυτά μπορούν οι χρήστες να τα αποθηκεύσουν στον υπολογιστή τους και να τα μεταφέρουν ή να τα προωθήσουν και αυτοί με τη σειρά τους, οπότε η διαφήμιση από δικτυακή μπορεί να γίνει και πιο προσωπική με την ανταλλαγή αρχείων μεταξύ των διαφόρων χρηστών στο δικό τους περιβάλλον.

- **Micro-blogging**

Οι ιστοσελίδες αυτές έχουν αρχίσει να εμφανίζονται τα τελευταία χρόνια και δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες τους να εμφανίζουν κάποια μικρά μηνύματα σχετικά με το τι κάνουν εκείνη τη στιγμή, κάποια άποψη ή ιδέα τους και γενικά οτιδήποτε θέλουν αυτοί να γράψουν σε ένα μικρό μήνυμα. Αυτά τα μηνύματα τα βλέπουν οι άλλοι χρήστες και αν μπορούν να συμφωνήσουν με αυτά ή να σχολιάσουν πάνω σε αυτά. Οι διαφημιστές μπορούν να συλλέξουν πληροφορίες

από τα προφίλ των χρηστών, όπως γίνεται και με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και να κατευθύνουν την διαφημιστική στρατηγική τους σύμφωνα με τα δεδομένα αυτά. Η πιο γνωστή ιστοσελίδα τέτοιου τύπου είναι η Twitter (twitter.com).

- **Wikis**

Τα wikis είναι συλλογές από ιστοσελίδες οι οποίες παρέχουν διάφορες πληροφορίες και δίνεται τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν, να αλλάξουν, να σχολιάσουν και γενικότερα να κάνουν οποιεσδήποτε διορθώσεις επιθυμούν χωρίς να χρειάζεται να έχουν κάποια γνώση σε γλώσσες προγραμματισμού και κώδικα (Miletsky, 2009). Οι διαφημιστές συλλέγουν διάφορες πληροφορίες από τις ιστοσελίδες που δημιουργούν οι χρήστες και μπορούν επίσης να επηρεάσουν το περιεχόμενο προς όφελος των εταιρειών για τις οποίες ενεργούν. Η πιο διάσημη ιστοσελίδα τέτοιου τύπου είναι η Wikipedia (www.wikipedia.org).

Οι κίνδυνοι των κοινωνικών μέσων, ωστόσο συχνά αναφέρονται και υπάρχουν νομικά ζητήματα, συμπεριλαμβανομένου του κινδύνου της παρενόχλησης, εκφοβισμού, δυσφήμιση, διαρροές πληροφοριών, παραπληροφόρηση και η απώλεια της πνευματικής ιδιοκτησίας (Antunes, 2011).. Υπάρχουν ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια, την προστασία της ιδιωτικής ζωής, την κλοπή ταυτοτήτων, η μονιμότητα της πληροφοριών στο διαδίκτυο (αν δεν θέλετε να το δείτε στην πρώτη σελίδα μιας εφημερίδας, μην το δημοσιεύσετε). Οι εταιρείες ανησυχούν για την εξάπλωση της κακόβουλου λογισμικού και τον χάσιμο χρόνου.

Παρά το γεγονός ότι το δυναμικό πεδίο της κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι πολύ ευρύ, ωστόσο, είναι αλήθεια ότι είναι συχνά δύσκολο να επιτευχθεί το επιθυμητό κοινό-στόχο. Αξίζει να εξετάσουμε την επένδυση χρόνου και προσπάθειας και τα πιθανά αποτελέσματα που μπορεί να επιτευχθεί με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και web2.0 εργαλεία. Ωστόσο, η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων στο έργο DIVA θεωρείται κοινωνικά δίκτυα, δηλαδή το μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο του Facebook. Η σημασία αυτών των εργαλείων και εφόσον θα πρέπει να χρησιμοποιούνται με ποιο τρόπο και στα οποία εκτείνονται αποτελούν σημαντικές πτυχές πρέπει να εξεταστούν.

2.7 Συγχρονισμός

Ο καλύτερος χρόνος για τον προγραμματισμό της διάδοσης είναι κατά τη διάρκεια της διαδικασίας ανάπτυξης (Developing an Effective Dissemination Plan 2001). Είναι αυτή τη στιγμή που έχετε, ίσως, τη μεγαλύτερη ευελιξία για το σχεδιασμό και την κατανομή του χρόνου του προσωπικού και των δημοσιονομικών πόρων. Ενώ είναι αλήθεια ότι κατά την διάρκεια της έρευνας, μπορείτε να προβάλετε ό, τι νομίζετε ότι θα μπορούσε να είναι χρήσιμο για τα ακροατήρια που θα μπορούσαν δυνητικά να επωφεληθούν από τη γνώση αυτών των αποτελεσμάτων. Μόλις γίνει αυτό, μπορείτε να αρχίσετε τις δραστηριότητες σχεδίου που θα διευκολύνει την προβολή σας στα ακροατήρια κατά τη διάρκεια του ερευνητικού έργου σας. Ο κατάλληλος χρόνος για τον προγραμματισμό σας για τη διάδοση είναι σημαντικός, προκειμένου να δοθεί "χρόνος" σε θυγατρικές με άλλους οργανισμούς, ενώσεις, ιδρύματα καθώς και η οργάνωση και ανάπτυξη πληροφοριών να μοιράζονται τις ευκαιρίες με βασικό κριτήριο τον κοινό-στόχο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση έργων

3.1 Εισαγωγή

Η Αξιοποίηση και η Εκμετάλλευση έχουν σχέση με την χρήση των έργων σε διαφορετικά επίπεδα κατά τη διάρκεια και μετά την υλοποίηση του project. Έχει σχέση με τις απαραίτητες ενέργειες για να συμμετέχουν οι ομάδες στόχος (target group), τελικοί χρήστες και οι ενδιαφερόμενοι φορείς και να μεταφέρουν τα αποτελέσματα/προϊόντα του έργου σε επαγγελματικά πεδία εφαρμογής. Η Αξιοποίηση και η Εκμετάλλευση έχουν περισσότερο σχέση με την ιδέα του να πείσει τους βασικούς παράγοντες για να χρησιμοποιηθούν τα κύρια προϊόντα του έργου. Είναι στενά συνδεδεμένες με την Βιωσιμότητα του έργου μετά την ολοκλήρωση του, δεδομένου ότι οι δραστηριότητες της Αξιοποίησης και της Εκμετάλλευσης πρέπει να εξασφαλίσουν ότι τα αποτελέσματα του έργου θα χρησιμοποιούνται από τα target group και ενδεχομένως να μεταφερθούν και σε άλλα πλαίσια (πχ άλλες χώρες, άλλες παιδαγωγικές περιοχές σε άλλους τομείς κλπ).

3.2 Κρίσιμοι παράγοντες / κριτήρια για την επιτυχή εκμετάλλευση

Για την επιτυχή Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση (exploitation) θα πρέπει να έχετε σκεφτεί ορισμένους βασικούς παράγοντες, που μπορούν να επιβιώσουν μετά το τέλος του έργου (π.χ. πρωτότυπα ή καινοτόμες υπηρεσίες) ως μάρτυρες του ίδιου του έργου.

Αν θέλετε να "πουληθεί" κάτι το οποίο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο ενός έργου ή να ανοίξει την πόρτα σε νέους τρόπους δράσης, θα πρέπει να δημιουργήσετε συγκεκριμένα αντικείμενα, τα οποία μπορούν να επιβιώσουν μετά το τέλος του έργου! Για το σκοπό αυτό, θα πρέπει να έχετε εμπλεκόμενους εταίρους με υψηλό επίπεδο τεχνογνωσίας, καθώς και από την συμφωνία συνεργασίας με εξειδικευμένες ομάδες των φορέων λήψης αποφάσεων, ενώσεις, ιδρύματα του τομέα, έτσι ώστε τα αποτελέσματα (ή ένα μέρος τους) να μπορούν να εφαρμοστούν σε θεσμικές πολιτικές.

Επιπλέον, είναι θεμελιώδες να δημιουργήσει μια στενή σχέση με τα ερευνητικά κέντρα, όπως τα πανεπιστήμια και δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς. Μια ισχυρή σχέση είναι επίσης ένας καλός τρόπος για να κάνουν οι επιστήμονες γνωστή τη σημασία της προσθήκης εμπειρικής και πειραματικής εργασίας στην παραδοσιακή καθαρή έρευνα. Θέματα στα οποία υπάρχει μια ενεργή ερευνητική δραστηριότητα είναι συχνά σχετικού ενδιαφέροντος. Τα αποτελέσματα της έρευνας συχνά δεν είναι αρκετά προς διάδοση και αξιοποίηση δεδομένου ότι οι ερευνητές δεν δίνουν αρκετή προσοχή στη διάδοση πέρα από την ακαδημαϊκή κοινότητα. Η ενσωμάτωση με ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα μπορεί να είναι πολύ χρήσιμο και για τους δύο τομείς.

Είναι απαραίτητο η συμμετοχή στη διαδικασία (χρειάζεται ανάλυση, έρευνα, πλοήγηση, ανατροφοδότηση, συναντήσεις, κ.λπ.) των *σχετικών ομάδων στόχων* και τους ενδιαφερόμενους φορείς από την αρχή. Ένας καλός τρόπος για την εκμετάλλευση θα μπορούσε να αφήσει δικαιούχους να χρησιμοποιήσουν τα αποτελέσματα του έργου ως μέσο για περαιτέρω εξέλιξη, έτσι ώστε να μπορούν να γίνουν «πρωτοπόροι» και να συμμεχούν νέοι δικαιούχοι. Όταν το έργο αρχίζει να σχεδιάζεται, βασικά διευθυντικά στελέχη θα πρέπει επίσης να σκεφτούν μια μεγαλύτερη ομάδα-στόχο από την πραγματική τα οποίο έχει ήδη επιλεγεί για το έργο. Θα πρέπει να περιλαμβάνει τους μελλοντικούς δικαιούχους και τους ενδιαφερόμενους φορείς τα οποίο θα μπορούσε να επιτευχθεί ακόμη και μετά τη λήξη του χρόνου του έργου. Από την άποψη αυτή, ένα πλαίσιο ανάλυσης συνιστάται πριν από την έναρξη της μελέτης του έργου, έτσι ώστε να μπορεί να είναι ευκολότερο να βρεθούν πηγές και να πολλαπλασιαστούν τα αποτελέσματά προς εκμετάλλευση.

Επίσης το κέντρο προμηθεύει το τελικό προϊόν για τους ενδιαφερόμενους, καθώς και την ανάπτυξη νέων έργων / βελτίωση. Η διαπίστευση των μαθημάτων είναι επίσης σημαντικό και δημιουργεί / ενώνει δίκτυα / οργανώσεις (θεματικές, βάσεις δεδομένων της ΕΕ, κλπ.), με σκοπό, τη συνέχιση των εργασιών της αξιοποίησης μετά το τέλος των έργων.

Επίσης συνιστάται για τους σκοπούς της εκμετάλλευσης να κάνετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο, λαμβάνοντας υπόψη την περιγραφή του προϊόντος, τις ομάδες στόχο, την συντήρηση του του προϊόντος και την τιμή. Σε ένα στάδιο μπορεί να υπάρξει μια δωρεάν δοκιμή, που ακολουθείται από ένα δεύτερο στάδιο

πληρωμένη έκδοση και ένα τρίτο στάδιο του με την αναβάθμιση του προϊόντος. Αυτό προϋποθέτει τη συμμετοχή όλων των εταίρων για να ορίσουν με σαφήνεια οι κανόνες για την εμπορευματοποίηση του προϊόντος και μια γενική συμφωνία σχετικά με το ποιοι μπορούν να χρησιμοποιούν ποιο προϊόν.

Τα αποτελέσματα των εταίρων, δέσμευση όχι μόνο κατά τη διάρκεια του έργου, αλλά και προς τα έργα, είναι ζωτικής σημασίας. Κατά προτίμηση ένα έργο θα πρέπει να δημιουργήσει μια ανάγκη στην ομάδα-στόχο για παρακολούθηση, ή βελτίωση των προϊόντων, με αυτόν τον τρόπο μια πιθανή παρακολούθηση του έργου μπορεί να γίνει προκειμένου να αξιοποιηθούν τα αποτελέσματα του τρέχοντος προγράμματος.

Ένα άλλο ενδιαφέρον σημείο είναι να μάθουμε από άλλες επιτυχημένες εκμεταλλεύσεις έργων, όπως ένας κατάλογος παραδειγμάτων καλών πρακτικών, είναι το σχέδιο DIVA. Η ίδια χρήση του προϊόντος είναι επίσης σημαντική. Αν προσπαθήσετε να πείσετε όλους τους άλλους να χρησιμοποιούν το προϊόν σας, θα πρέπει πρώτα να ξεκινήσετε με τον εαυτό σας / τον οργανισμό σας και να χρησιμοποιήσετε το προϊόν!

3.2.1 Σχέδιο και στρατηγική Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation)

Για να σχεδιάσουμε ένα σχέδιο Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation) θα πρέπει να γνωρίζετε ότι αυτό περιλαμβάνει τον καθορισμό των διαδικασιών του πολλαπλασιασμού και γενίκευση των αποτελεσμάτων που επιτεύχθηκαν στο έργο, είτε με τη διεύρυνση του γεωγραφικού πεδίου εφαρμογής του σχεδίου, την επέκταση και σε άλλους τομείς της γνώσης / επαγγελματικές και τις πιθανές εμπορικές.

Η Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση (exploitation) αποσκοπεί στο να χρησιμοποιούν τα αποτελέσματα του έργου σε διάφορα επίπεδα, κατά τη διάρκεια και μετά την υλοποίηση του έργου. Στοχεύει στην οικειοποίηση του προϊόντος από τους τελικούς χρήστες, μέσω της προώθησης μέτρων που θα ενισχύσουν τα πλεονεκτήματα του προϊόντος.

Η Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση (exploitation) είναι στενά συνδεδεμένη με τη βιωσιμότητα του έργου. Δεδομένου ότι οι δραστηριότητές της θα πρέπει να εξασφαλίζουν ότι τα αποτελέσματά της χρησιμοποιούνται από τις ομάδες στόχο και, ενδεχομένως, μεταφέρονται σε άλλα πλαίσια. Η κύρια στρατηγική είναι η συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών, τα πρόσωπα-κλειδιά, οι τελικοί χρήστες στις δραστηριότητες Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation) προκειμένου να γίνουν πείραμα και ενσωματώνουν τα προϊόντα στις επαγγελματικές δραστηριότητες τους.

Το σχέδιο Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation) πρέπει να περιγράφει τις δραστηριότητες που αναλαμβάνει, προκειμένου να εξασφαλιστεί η συνέχιση του έργου μετά το τέλος της ευρωπαϊκής επιχορήγησης. Με βάση των αποτελεσμάτων του έργου, μια ολοκληρωμένη στρατηγική εκμετάλλευσης θα πρέπει να προβλεφθεί πως τα κύρια αποτελέσματα, τα εργαλεία ή τα προϊόντα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν καλύτερα και να αξιοποιηθούν στον τομέα στον οποίο το έργο προορίζεται.

Συνέργειες με άλλα συναφή έργα θα πρέπει επίσης να διερευνηθούν. Επιπλέον, η σημασία και οι δυνατότητες των κύριων προϊόντων και των

αποτελεσμάτων θα πρέπει να επισημαίνονται, καθώς και οι δυνατότητες αξιοποίησής τους. Ανάλογα με την περίπτωση, το σχέδιο Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation) μπορεί να περιλαμβάνει συγκεκριμένες συστάσεις και κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με το πώς οι εκροές και τα αποτελέσματα του έργου θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν από τα ενδιαφερόμενα μέρη και πώς σκοπεύετε να εμπλέξει το έργο συγκεκριμένες ομάδες-στόχους για την ανάπτυξη του έργου.

Το σχέδιο Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation) οργανώνει τη διαδικασία εκμετάλλευσης, δίνει τον προσανατολισμό στο σύνολο της κοινοπραξίας, και θα είναι η πρώτη δραστηριότητα για να επεξεργαστεί εντός του πακέτου εργασίας αφιερωμένη σε αυτό το θέμα. Το σχέδιο αυτό θα πρέπει, κατά συνέπεια, να ενημερώνεται κατά τη διάρκεια του έργου και μπορεί να διαμορφωθεί από τα επίπεδα, για τη θέσπιση σαφώς των στόχων, των μεθόδων / δραστηριοτήτων και των ομάδων στόχων που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Το σχέδιο θα πρέπει να αποσαφηνίσει και να προσδιορίσει τις δραστηριότητες που πρέπει να εκτελεστούν, τις ευθύνες και τις βασικές ημερομηνίες, προκειμένου να εξασφαλίσει τη διάθεση και τη βιωσιμότητα των προϊόντων του έργου σας. Ένας πίνακας ευθύνης καθιστά συχνά την αίσθηση, στην οποία κάθε εταίρος εμφανίζει την ευθύνη και τις υποχρεώσεις του σχετικά με το πώς, τότε και σε ποιο βαθμό εκμετάλλευσης πρόκειται να γίνει. Και να θυμάστε ότι η πολυπλοκότητα ενός σχεδίου Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation) θα πρέπει να διατηρηθεί σε λογικά επίπεδα!

3.2.2 Μηχανισμοί για Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση (exploitation).

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τα αποτελέσματα ενός έργου μπορούν να επιφέρουν πραγματική αλλαγή, τόσο σε μικροοικονομικό επίπεδο - στη ζωή των ατόμων και των ομάδων - και σε μακροοικονομικό επίπεδο, επηρεάζοντας τα συστήματα και την πολιτική. Αλλά μια τέτοια αλλαγή είναι δυνατή μόνο εάν εγκριθούν τα αποτελέσματα. Τα μέσα της Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης (exploitation) των αποτελεσμάτων διαφέρουν στην

πολυπλοκότητα, που τείνει να είναι απλούστερη σε επίπεδο τελικού χρήστη και πιο περίπλοκη σε πολιτικό επίπεδο .

Δεν υπάρχουν καλύτερα εργαλεία για εκμετάλλευση αυτή καθαυτή! Η επιτυχία εξαρτάται από την επιλογή αυτών των εργαλείων που είναι κατάλληλα για τον τύπο του αποτελέσματος και οι τελικοί χρήστες που προβλέπονται. Σε περίπτωση που το έργο παράγει μια νέα μέθοδο ή ένα νέο προϊόν, για παράδειγμα, στη συνέχεια, τη μεταφορά και την εμπορευματοποίηση να μπορούν να αποτελέσουν επαρκή εργαλεία. Εάν το σχέδιο προβλέπει λιγότερο απτά αποτελέσματα, όπως, για παράδειγμα, η εμπειρία που έχει αποκτηθεί μέσω της κινητικότητας, στη συνέχεια, τη διαπίστευση, την αναγνώριση και την πιστοποίηση των ικανοτήτων, είναι πιο κατάλληλο.

3.2.3 Μεταφορά και παρακολούθηση έργων

Η μεταφορά ενισχύει την καλή πρακτική με τη διάδοση αποτελεσμάτων. Η μεταφορά μπορεί να λάβει χώρα σε όλα τα επίπεδα και τα αποτελέσματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε νέα πλαίσια ή άλλες οργανώσεις μπορώντας να προσαρμόσουν τα αποτελέσματα ανάλογα με τις συνθήκες τους. Έτσι, για παράδειγμα, ένα έργο που πραγματοποιείται στο πλαίσιο πανεπιστήμιο σε μία χώρα θα μπορούσε να αποφέρει αποτελέσματα που θα ωφελήσει μια αγροτική κοινότητα σε άλλη.

Και μην ξεχνάτε, υποβολή πρότασης για μια πρόσκληση για εκμετάλλευση ενός έργου, για παράδειγμα, στο πεδίο εφαρμογής του εγκάρσιου προγράμματος, μπορεί να είναι ένας έξυπνος τρόπος για την προσέλκυση χρηματοδότησης και περισσότερο σε ένα ευρύτερο ακροατήριο για τη σκληρή δουλειά .

Παρακολούθηση έργων - αφού ένα έργο έχει ολοκληρωθεί, τα αποτελέσματά του θα ήταν καλύτερα να διατηρηθούν αν εταιρική σχέση βρει έναν τρόπο να αξιοποιήσει τα αποτελέσματα και να επεκτείνει το πεδίο εφαρμογής του σε ό, τι έχει ήδη επιτευχθεί. Οι δυνατότητες για να γίνει αυτό θα ήταν μεταφορές καινοτομίας ή άλλη μορφή της συνέχισης των εκτελούμενων έργων.

3.2.4 Εμπορευματοποίηση

Μετά το τέλος του έργου, η κοινοπραξία μπορεί να θεωρηθεί είτε η ελεύθερη διάθεση ή η εμπορία των προϊόντων. Η καλύτερη επιλογή εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις προθέσεις της κοινοπραξίας του έργου, καθώς και τα αποτελέσματα του προϊόντος καθεαυτού και τα χαρακτηριστικά των κύριων ομάδων-στόχων.

Για τους σκοπούς της εμπορίας, ένα σχέδιο μάρκετινγκ θα πρέπει να αναπτυχθεί. Συνήθως συμφωνείται ότι κάθε εταίρος είναι υπεύθυνος για εμπορευματοποίηση στις δικές τους χώρες και στις γειτονικές χώρες.

Εμπορευματοποίηση είναι ιδιαίτερα κατάλληλη για συγκεκριμένα προϊόντα και είναι κατάλληλη για τους τελικούς χρήστες. Διαχειριστές του έργου θα πρέπει να πείσουν τους κατασκευαστές, εκδότες ή άλλους εμπορικούς τις ανησυχίες για την ανάληψη του προϊόντος. Προσοχή όμως! Δεν μπορεί να υπάρξει επιπλοκή για τα αποτελέσματα που συνεπάγονται πολύπλοκα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας ή όπου παρατηρείται έλλειψη σαφήνειας όσον αφορά την ιδιοκτησία του προϊόντος .

3.3.5 Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας (IPR)

Μια συμφωνία IPR αποσκοπεί στη δημιουργία μιας πολυμερούς συμφωνίας με όλους τους εταίρους για την πνευματική ιδιοκτησία των δικαιωμάτων χρήσης των προϊόντων που προέρχονται από το έργο και καλύπτει οποιαδήποτε εμπορική αξιοποίηση των προϊόντων μετά το τέλος του έργου. Θα πρέπει να καθοριστεί αυτό που παίρνει ο κάθε εταίρος από το έργο και πώς τα προϊόντα μπορούν να χρησιμοποιηθούν μετά το τέλος του έργου. Αυτό θα πρέπει να γραφτεί σε μια συμφωνία κοινοπραξίας, όπου επίσης τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις σαφώς ορίζονται. Οι συμφωνίες αυτές είναι συχνά το πρώτο βήμα προς μια πιθανή και εποικοδομητική εκμετάλλευση τόσο του έργου όσο και των αποτελεσμάτων του έργου. Για λόγους σαφήνειας, IPR πρέπει να περιλαμβάνουν όλα τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα σχέδια, τα πνευματικά δικαιώματα, καθώς και κάθε άλλη κατηγορία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας που προστατεύεται με ειδικό νόμο.

Η συμφωνία IPR μπορεί να αποτελέσει τη βάση για τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου, λαμβάνοντας υπόψη:

1. περιγραφή του προϊόντος,
2. ομάδες στόχους
3. τη συντήρηση του προϊόντος
4. την τιμή και να επιτυγχάνεται σε στάδια, για παράδειγμα:

Πρώτο Στάδιο - δωρεάν δοκιμή (κατά τη διάρκεια του έργου) Δεύτερο Στάδιο - εμπορική έκδοση και το τρίτο στάδιο - πληρωμένη αναβάθμιση προϊόντος (δεύτερο και τρίτο στάδιο μετά το τέλος του έργου).

Το επιχειρηματικό σχέδιο προβλέπει στη συνέχεια, το συνθήκες για τη βιωσιμότητα των αποτελεσμάτων του έργου και την προσέγγιση μετά τη διάρκεια ζωής του έργου. Θα περιλαμβάνει τον ορισμό του συστήματος χορήγησης αδειών, τις συνθήκες (αμοιβές, εάν υπάρχουν, για παράδειγμα) για τη χρήση και αναπαραγωγή του περιεχομένου, την ώρα που αναμένεται ότι στο περιβάλλον του έργου θα είναι ενεργός, ο ρόλος των εταίρων από το τέλος και μετά του έργου, κλπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - Η Διάχυση Έργων Καινοτομίας Εκπαίδευσης και Κατάρτισης

4.1 Ορισμός

Ο όρος Διάχυση είναι η μετάφραση του της αγγλικής λέξης Valorisation. Βασίζεται στο γαλλικό ρήμα ‘valoriser’ το οποίο σημαίνει ‘αναπτύσσω’. Ο όρος διάχυση (=valorisation), δημιουργήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (European Commission) για να περιγράψει μία ιδέα. Ένας ορισμός που δίνεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι η εξής (Antunes, 2011):

“η διαδικασία ενίσχυσης ή βελτιστοποίησης των αποτελεσμάτων των έργων, μέσω του πειραματισμού και της εκμετάλλευσης, με στόχο την μεγιστοποίηση της αξίας και του αντίκτυπου των έργων.”

Η Διάχυση περιλαμβάνει τη Διάδοση (Dissemination) και την Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση (Exploitation) των έργων καινοτομίας (Antunes, 2011). Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Διάχυση περιλαμβάνει τόσο τη διαδικασία ελέγχου και διάδοσης των πιο καινοτόμων έργων κατάρτισης και εκπαίδευσης, όσο και την εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων των έργων και την ανάπτυξή τους σε νέα πλαίσια και περιβάλλοντα. Περιλαμβάνει τη βιώσιμη εφαρμογή των αποτελεσμάτων αυτών με την πάροδο του χρόνου σε τυπικά και άτυπα συστήματα, στις πρακτικές εταιριών, καθώς και στους προσωπικούς στόχους κατάρτισης του κάθε ατόμου ξεχωριστά.

4.2 Πως ξεκίνησε

Η Διάχυση στην κατάρτιση και στην εκπαίδευση συζητήθηκε για πρώτη φορά στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού προγράμματος Leonardo da Vinci (Leonardo UK, 2004) . Μετά την αξιολόγηση της πρώτης φάσης του προγράμματος, η δεύτερη φάση του προγράμματος Leonardo da Vinci (2005-2006) διαθέτει μία αυξανόμενη εστίαση σχετικά με τη διάδοση, την εκμετάλλευση, τη βιωσιμότητα και τον αντίκτυπο των αποτελεσμάτων του προγράμματος, σε επίπεδο επαγγελματικών πρακτικών και συστημάτων κατάρτισης.

Μετά από το συνέδριο που πραγματοποιήθηκε στην Μαδρίτη τον Απρίλιο του 2002 (Leonardo UK, 2004), από την Ισπανική Προεδρία, και την υιοθέτηση ενός συγκεκριμένου σχεδίου εργασίας, εφαρμόζεται σταδιακά μία πολιτική εκμετάλλευσης και η μεταφορά του καινοτόμου περιεχομένου από το πρόγραμμα του Leonardo da Vinci, τόσο στο επίπεδο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, όσο και στις διάφορες Εθνικές Υπηρεσίες που συμμετείχαν στον πρόγραμμα. Ενώ, αρχικά, η Διάχυση σχεδιάστηκε με τη σκέψη να εφαρμοστεί στα τελικά αποτελέσματα του προγράμματος Leonardo da Vinci, στη συνέχεια, άρχισε να περιλαμβάνεται και στα “εν εξελίξει” έργα του προγράμματος, στηριζόμενο στο πρότυπο της Ευρωπαϊκής Έρευνας και των Αναπτυξιακών Προγραμμάτων.

Η ένταξη της Διάχυσης κατά το στάδιο του σχεδιασμού του έργου, βελτιώνει σημαντικά τον πιθανό αντίκτυπο του έργου, καθώς διασφαλίζει και την πλήρη αξιοποίηση και εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων του έργου.

4.3 Σκοπός Διάχυσης

Σύμφωνα με το εγχειρίδιο DIVA (Antunes, 2011), η Διάχυση έχει ως στόχο να καταστήσει τα αποτελέσματα και τα προϊόντα ενός έργου πιο πολύτιμα σε όλους, με την έννοια, οι άλλοι να χρησιμοποιούν τα προϊόντα. Ο γενικός σκοπός της Διάχυσης των δραστηριοτήτων είναι να προωθήσουν το έργο και τα αποτελέσματα του και να προωθήσουν τη χρήση τους σε διαφορετικά άτομα, οργανισμούς, σε διαφορετικά περιβάλλοντα και σε νέα πλαίσια, καθώς και σε Εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο.

Διάχυση σημαίνει ο σχεδιασμός με τέτοιο τρόπο ώστε, τα αποτελέσματα ενός έργου το οποίο χρησιμοποιεί πόρους, να μπορούν να χρησιμοποιηθούν και σε μεγαλύτερη κλίμακα, για να ωφεληθούν όσο γίνεται περισσότεροι οργανισμοί και ιδιώτες.

Ειδικότερα, οι στόχοι της Διάχυσης είναι συνοπτικά οι εξής (Antunes, 2011):

- Δυνατότητα προσαρμογής στις ανάγκες των άλλων.
- Συνέχεια και μετά την περίοδο της χρηματοδότησης του έργου.
- Επιρροή στην πολιτική και πρακτική ενός έργου από την αρχή του σχεδιασμού του.
- Εξυπηρέτηση του κοινού καλού, με την επανατροφοδότηση των αποτελεσμάτων και των πρακτικών σε διαφορετικά πλαίσια και περιβάλλοντα.
- Έμφαση στην βελτιστοποίηση της αξίας και του αντίκτυπου ενός έργου.

4.4 Ανάγκη για Διάχυση

Όλα τα έργα, έχουν ανάγκη διάδοσης και εκμετάλλευσης των αποτελεσμάτων τους, για τη μεγιστοποίηση των επιτευγμάτων του έργου και την αύξηση της βιωσιμότητας πέραν της διάρκειας ζωής, μετά την ανάπτυξής τους (Siakas and Georgiadou, 2011). Ωστόσο, τα αποτελέσματα των έργων, συχνά ξεχνάμε ή διαδίδονται και αξιοποιούνται για πολύ λίγο, μόλις ολοκληρωθούν τα έργα.

Διάδοση σημαίνει διάδοση πληροφοριών για τα οφέλη που αποκτήθηκαν από το έργο, καθώς και εξασφάλιση αυτών (Siakas and Georgiadiou, 2011). Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων των δραστηριοτήτων του έργου, σημαίνει ότι οι περισσότεροι άνθρωποι μπορούν να μοιραστούν τις επιτυχίες, εμπειρίες και διδάγματα αυτού του έργου.

Ο όρος Διάχυση περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που μεγιστοποιούν τα επιτεύγματα του έργου (Siakas and Georgiadiou, 2011). Αυτό περιλαμβάνει τη μεταφορά των αποτελεσμάτων του έργου και των βέλτιστων πρακτικών σε διαφορετικά πλαίσια ευρύτερα, με πιθανή προσαρμογή στις ανάγκες των άλλων, αφού η περίοδος χρηματοδότησης έχει τελειώσει. Η έμφαση δίνεται στη βελτιστοποίηση της αξίας του έργου για διάφορους ενδιαφερομένους φορείς (κοινωνία, κοινότητα, ιδρύματα και ιδιώτες) και την ενίσχυση του αντίκτυπου. Στο επίκεντρο του προγράμματος βρίσκεται η βιωσιμότητα των αποτελεσμάτων του έργου.

Σε πολλά ευρωπαϊκά και άλλα έργα λείπει μια καλή στρατηγική διάδοσης και διάχυσης. Τα έργα συνήθως διεξάγονται μεμονωμένα, και τελειώνουν χωρίς ουσιαστικό αντίκτυπο. Μπορεί να έχουν μια καλή διαχείριση, να παράγει καλά αποτελέσματα και προϊόντα και να είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για την ανάπτυξη των διαφόρων θεσμικών οργάνων, αλλά, δυστυχώς, μόνο μερικά έργα αξιοποιούνται και έχουν καλή διαχείριση και βιώσιμους τρόπους.

Αποτέλεσμα μίας όχι και τόσο ικανοποιητικής κατάστασης είναι να υπάρχουν πολλά καλά προϊόντα και αποτελέσματα ενός έργου και να μη χρησιμοποιούνται, επειδή οι ενδιαφερόμενες ομάδες δεν έχουν ενημερωθεί, ή δεν έχουν συμμετάσχει καθ' όλη τη διάρκεια του έργου. Ειδικότερα, τα έργα με καθαρά ερευνητικό προσανατολισμό και οι τεχνικά προσανατολισμένοι συμμετέχοντες, φαίνεται να έχουν έλλειψη γνώσης σχετικά με τη σημασία της Διάδοσης και της Εκμετάλλευσης, καθώς και της Διάχυσης των αποτελεσμάτων, για την βιώσιμη ανάπτυξη του έργου. Τέλος, φαίνεται ότι υπάρχει μεγάλη έλλειψη δεξιοτήτων για την διεξαγωγή δραστηριοτήτων για την διάδοση και διάχυση των αποτελεσμάτων ενός έργου.

4.5 Τα οφέλη της Διάχυσης

Με βάση την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Antunes, 2011), τα δύο κύρια οφέλη της διάχυσης είναι η βελτίωση της απόδοσης των δημόσιων και των ιδιωτικών επενδύσεων στον τομέα της εκπαίδευσης και της κατάρτισης, καθώς και η καινοτομία στον τομέα της κατάρτισης και των εκπαιδευτικών συστημάτων.

4.5.1 Βελτίωση Απόδοσης

"Διάχυση" σημαίνει ο σχεδιασμός με τέτοιο τρόπο, ώστε οι πόροι που δεσμεύονται να έχουν ως αποτέλεσμα απόδοση του έργου που μπορεί να χρησιμοποιηθεί και να αξιοποιηθεί σε μεγάλη κλίμακα, με στόχο να επωφεληθούν, όσο το δυνατόν περισσότεροι πολίτες (Leonardo UK, 2004).

Για την επίτευξη αυτού του στόχου, η διάχυση πρέπει να βασίζεται σε σχολαστική ανάλυση εκ των προτέρων των αναγκών που πρέπει να πληρούνται από ένα έργο, καθώς και σε ένα σαφή προσδιορισμό των αποτελεσμάτων που αναμένονται από την αρχή.

Ομοίως, η αποτελεσματική διάχυση προϋποθέτει την ενεργό συμμετοχή, στο στάδιο του σχεδιασμού του έργου, από τους πιθανούς χρήστες και τις ομάδες στόχους που πρόκειται να επωφεληθούν από το έργο και οι οποίοι τελικά αναμένεται να αξιοποιήσουν τα αποτελέσματα.

Η εμπειρία του προγράμματος Leonardo da Vinci έχει επιβεβαιώσει αυτό (Leonardo UK, 2004): σε συνεργασία με τους αναδόχους των έργων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και οι Εθνικές Υπηρεσίες αποτελούν σημαντική κινητήρια δύναμη όσον αφορά τη Διάχυση. Μόνο το 2003, πάνω από χίλιοι επαγγελματίες στην κατάρτιση επαγγελματιών στην Ευρώπη συμμετείχαν σε διάφορες ευρωπαϊκές διοργανώσεις σχετικές με τη Διάχυση. Κατά τη διάρκεια αυτών των γεγονότων, πάνω από 200 καινοτόμα έργα και τα προϊόντα που προέκυψαν από το πρόγραμμα Leonardo, παρουσιάστηκαν και τέθηκαν στη διάθεση των δυνητικών χρηστών. Από το 2000, πολλές διαφορετικές εκδόσεις και πολύγλωσσες βάσεις δεδομένων έχουν δημιουργηθεί στο πλαίσιο του

προγράμματος για την αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τα έργα, τα προϊόντα και τις καλές πρακτικές του Leonardo, με σκοπό την παροχή ενός φόρουμ για την προσφορά και τη ζήτηση της επαγγελματικής κατάρτισης στην Ευρώπη.

4.5.2 Καινοτομία στην εκπαίδευση

"Διάχυση" σημαίνει επίσης μια καλύτερη μεταφορά και εφαρμογή των αποτελεσμάτων ενός σχεδίου όταν έχει ολοκληρωθεί (Leonardo UK, 2004). Με αυτή τη προσέγγιση επανατροφοδοτούνται ήδη εφαρμοσμένες πρακτικές, όσον αφορά την κατάρτιση και την εκπαίδευση. Η κοινή χρήση και η αξιοποίηση καλών πρακτικών, που αναπτύχθηκαν από άλλους, αλλού στην Ευρώπη, είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για τον εκσυγχρονισμό και τη βελτίωση συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης. Με τη μεταφορά των αποτελεσμάτων, επιτρέπεται η διάχυση της καινοτομίας στα συστήματα και τις πρακτικές.

Με μειωμένη συνολική επένδυση, χάρη στη μεταφορά από το ένα σύστημα στο άλλο, και προσαρμογή ενός προϊόντος κατάρτισης σε ένα πλαίσιο διαφορετικό από το πρωτότυπο, τα νέα προϊόντα διατίθενται γρήγορα σε νέες ομάδες-στόχους (Leonardo UK, 2004). Το 2002, ένα αρχικό πιλοτικό πρόγραμμα στα πλαίσια του προγράμματος Leonardo, προσαρμόστηκε σε μόλις δώδεκα μήνες, σε έντεκα διαφορετικά προϊόντα κατάρτισης, εξασφαλίζοντας παράλληλα τη μεταφορά και την ενσωμάτωσή του στα περιφερειακά συστήματα κατάρτισης, σε οκτώ ευρωπαϊκές χώρες. Όλα αυτά οδήγησαν στην μείωση του κόστους του έργου. Από τότε, δεκάδες έργα αυτού του είδους είχαν την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

4.6 Βασικές πτυχές της Διάχυσης

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τρεις είναι οι πτυχές ζωτικής σημασίας για την επιτυχία της διαδικασίας της Διάχυσης (Leonardo UK, 2004):

1. Ανάπτυξη Κριτηρίων Ποιότητας
2. Βελτίωση των Στρατηγικών Διάδοσης
3. Ανάλυση των αναγκών της Κατάρτισης

4.6.1 Ανάπτυξη Κριτηρίων Ποιότητας

Ο εντοπισμός καλών πρακτικών αποτελεί προϋπόθεση για την Διάχυση (Leonardo UK, 2004). Η Ανάπτυξη των Κριτηρίων Ποιότητας, η οποία θα επιτρέψει την αμερόληπτη επιλογή των βέλτιστων πρακτικών για το έργο, είναι ζωτικής σημασίας για το ίδιο το έργο.

Μέσα από αυτή την διαδικασία, θα αποφασιστεί τι μπορεί να διαδοθεί από το έργο και ποια από τα προϊόντα ή/και τα αποτελέσματά του είναι άξια για περαιτέρω ανάπτυξη ή εκμετάλλευση. Τα ποιοτικά κριτήρια μπορούν να χρησιμοποιηθούν επίσης και για να εγγυηθεί ο καλύτερος σχεδιασμός του έργου, καθώς και η επιλογή, η παρακολούθηση και η αξιολόγηση του έργου σε Εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο, από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τις Εθνικές Υπηρεσίες και τα ίδια τα έργα.

4.6.2 Βελτίωση των Στρατηγικών Διάδοσης

Από την αξιολόγηση του προγράμματος Leonardo, προέκυψε ότι δεν είχε εφαρμοστεί πλήρως μια σχεδιασμένη στρατηγική προσέγγιση για τη διάδοση σε Ευρωπαϊκό επίπεδο. Προκειμένου να εξασφαλιστεί όσο είναι δυνατό μια ευρύτερη διάδοση του έργου και των αποτελεσμάτων του, υπάρχει η ανάγκη για μία συστηματική ευρωπαϊκή προσέγγιση για τη διάδοση. Για τον λόγο αυτό απαιτούνται συστήματα πληροφοριών και μία ενεργή και συνεκτική στρατηγική.

4.6.3 Ανάλυση των αναγκών της Κατάρτισης

Η ανάλυση των αναγκών κατάρτισης σε Εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο θα μπορούσε να βοηθήσει τη διαδικασία Διάχυσης, διασφαλίζοντας την εγκυρότητα των έργων σχετικά με τις τρέχουσες απαιτήσεις στην επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση.

4.7 Σχέδιο Δράσης Διάχυσης

Οι βασικές δραστηριότητες διάχυσης ενός έργου χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες (Leonardo UK, 2004):

1. Αξιοποίηση των αποτελεσμάτων
2. Διάδοση πληροφοριών σχετικά με την καινοτομία και τα αποτελέσματα
3. Μελέτες και εκθέσεις
4. Ποιότητα

Κατά την έναρξη ενός έργου, στο στάδιο της προκαταρκτικής πρότασης, οι αιτούντες πρέπει να παρέχουν μία περιγραφή του σχεδίου Διάχυσης. Στο στάδιο της πλήρους πρότασης, απαιτείται ένα πιο λεπτομερές σχέδιο, το οποίο θα είναι μέρος του έργου. Το σχέδιο Διάχυσης θα πρέπει (Leonardo UK, 2004) :

- να εντοπίζει τις ανάγκες των ενδιαφερόμενων τομέων, το πεδίο τους και τους τελικούς χρήστες του ίδιου του έργου, των αποτελεσμάτων του και των προϊόντων του.
- να προσδιορίζει ακριβώς τους τελικούς χρήστες των αποτελεσμάτων και των προϊόντων του έργου.
- να διασφαλίζει ότι οι τελικοί χρήστες θα συμμετέχουν στο έργο, με τη γνώμη τους για αυτό, κατά την διάρκεια του έργου.
- να εξηγηθεί πώς κατά τη διάρκεια και μετά το τέλος του έργου, τα αποτελέσματα θα πρέπει να διαδίδονται και να αξιοποιούνται. Πώς θα επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί τόσο κατά τη διάρκεια, όσο μετά την ανάπτυξη του έργου, καθώς και ποιοι εξωτερικοί παράγοντες και οργανισμοί θα εμπλακούν.

Επίσης είναι σαφές ότι όλα τα έργα αναμένεται να έχουν μία ιστοσελίδα για την προωθήσει και τη διάδοση του έργου και των αποτελεσμάτων του.

4.7.1 Δραστηριότητες στο σχέδιο Διάχυσης

Σε ένα σχέδιο Διάχυσης πρέπει να καλύπτονται τόσο οι δραστηριότητες Διάδοσης, όσο και οι δραστηριότητες Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης.

4.7.1.1 Δραστηριότητες Διάδοσης

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στα πλαίσια του προγράμματος Leonardo da Vinci, οι δραστηριότητες διάδοσης πρέπει να είναι συνεχής και χωρίς αποκλεισμούς (Leonardo UK, 2004). Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει, από την αρχή να δημοσιοποιείται το έργο. Στις δραστηριότητες αυτές θα μπορούσαν να περιλαμβάνονται τα εξής (Leonardo UK, 2004):

- Η οικοδόμηση ενός διαδικτυακού τόπου.
- Η προετοιμασία ενός φυλλαδίου για το έργο σε όλες τις γλώσσες των εταίρων.
- Έναρξη ενός τακτικού ενημερωτικού δελτίου, είτε έντυπα, είτε ηλεκτρονικά.
- Γράφοντας άρθρα σε σχετικά περιοδικά, εκδόσεις κλπ.

Θα πρέπει όλοι οι εταίροι να διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στη διάδοση του έργου στις δικές τους χώρες και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Καθώς το έργο θα προχωρά, το είδος των δραστηριοτήτων διάδοσης θα αλλάζει και έχοντας καλύτερη επίγνωση του έργου και των αποτελεσμάτων του, η σωστή κατεύθυνση είναι η προώθηση μεμονωμένων προϊόντων για να αποκτήσουν μεγαλύτερη αξία και ιδέα.

4.7.1.2 Δραστηριότητες Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης

Οι δραστηριότητες της Αξιοποίησης και Εκμετάλλευσης εστιάζονται στο πως (Leonardo UK, 2004):

- τα προϊόντα μπορούν να είναι πιο ελκυστικά για τις ομάδες χρηστών.
- τα προϊόντα θα προσαρμόζονται σύμφωνα με τις ανάγκες συγκεκριμένων ομάδων χρηστών, τομέων ή οργανώσεων.

- τα προϊόντα ή οι προσεγγίσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν από νέες ομάδες χρηστών ή σε άλλους τομείς και πως μπορούν να μεταφερθούν.

Όλα αυτά τα σημεία που αναφέρονται παραπάνω έχουν ως στόχο την ενσωμάτωση των προϊόντων σε οργανώσεις και δομές σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή ευρωπαϊκό επίπεδο. Αυτή η πτυχή της διάχυσης επιχειρεί τελικά να μεταφέρει τα διδάγματα και τα προϊόντα στην πολιτική.

Για την αξιοποίηση και εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων του έργου με επιτυχία, είναι σημαντικό να είναι σαφείς οι ανάγκες του έργου κατά την έναρξή του (Leonardo UK, 2004). Το Σχέδιο Διάχυσης θα πρέπει να εξετάσει πώς θα περιλαμβάνονται οι τελικοί χρήστες του έργου. Αυτό θα μπορούσε να είναι μέσω της επανεξέτασης των αναγκών των τελικών χρηστών, και τη συμμετοχή των μελών της ομάδας χρηστών σε πιλοτικό υλικό, ώστε να παρέχουν ανατροφοδότηση αναγκών στο έργο. Αυτό θα εξασφαλίσει ότι τα προϊόντα αναπτύσσονται προσαρμοσμένα και κατάλληλα για την ομάδα χρηστών, και αυτό με τη σειρά του θα βοηθήσει στη διάχυση.

4.7.2 Βελτίωση της ποιότητας μέσω Σχεδιασμού για την Διάχυση

Κατά την ανάπτυξη ενός έργου, η διαίρεση της εργασίας σε πακέτα εργασίας και / ή δραστηριότητες είναι απαραίτητη (Leonardo UK, 2004). Επιπλέον, περιλαμβάνονται οι δείκτες επιτυχίας και η αναγνώριση των κινδύνων, καθώς και τα οικονομικά θέματα και η κατανομή των καθηκόντων σε συγκεκριμένους εταίρους και / ή άτομα. Οι δραστηριότητες αυτές λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια της υλοποίησης του έργου, αλλά και πέρα από την ολοκλήρωση του έργου. Η βιωσιμότητα και η αξιοποίηση των αποτελεσμάτων / εξόδους είναι αναγκαία και αφού ολοκληρωθεί το έργο.

Ένα καλό σχέδιο Διάχυσης θα πρέπει να αναφέρει με σαφήνεια όλες τις δραστηριότητες που θα αναληφθούν σε όλο το έργο και να περιλαμβάνει χρονοδιάγραμμα όλων των εργασιών. Οι δραστηριότητες αυτές θα πρέπει αν είναι εν εξελίξει από την ημερομηνία έναρξης έως την ημερομηνία λήξης του έργου.

Ένα έργο δεν θα πραγματοποιείται πλέον μεμονωμένα. Τα αποτελέσματα και οι βέλτιστες πρακτικές θα πρέπει να μπορούν να μεταφέρονται σε διαφορετικά και ευρύτερα πλαίσια και κáνοντάς τα βιώσιμα και μετά το τέλος της χρηματοδότησης του έργου. Επίσης η αξιοποίηση και η εκμετάλλευση θα επιτρέψει τη συνέχιση των στόχων και των σκοπών αφού η περίοδος χρηματοδότησης έχει ολοκληρωθεί. Επιπλέον, τα αποτελέσματα και οι επιρροές του έργου μπορούν να προσαρμόζονται στις ανάγκες των άλλων σχετικά με την πολιτική και την πρακτική, ώστε να φέρει τη μεγιστοποίηση στον κοινωνικό αντίκτυπο του έργου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - Η Βιωσιμότητα των αποτελεσμάτων ενός έργου

5.1 Ορισμός

Βιωσιμότητα (Sustainability) είναι η ικανότητα του έργου να συνεχίζει την ύπαρξη και τη λειτουργία του και μετά το τέλος της χρηματοδότησης του (Antunes, 2011). Τα αποτελέσματα του έργου χρησιμοποιούνται και αξιοποιούνται συνεχώς. Η βιωσιμότητα των αποτελεσμάτων προϋποθέτει τη χρήση και την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων μακροπρόθεσμα.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ένα έργο μπορεί να θεωρηθεί ως βιώσιμο, εάν τα σχετικά αποτελέσματα επιδιώκονται και τα προϊόντα διατηρούνται ή αναπτύσσονται μετά το τέλος της χρηματοδότησης του (Antunes, 2011). Δεν είναι εύκολο να αναπτυχθεί ένας σχεδιασμός, από τον οποίο να δημιουργηθεί η επιθυμητή βιωσιμότητα ενός έργου και κατά κάποιο τρόπο να εξασφαλιστεί η απόδοση των επενδύσεων σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, πολλαπλασιάζοντας τα οφέλη, που η αφομοίωση των βέλτιστων πρακτικών, μπορεί να προσφέρει.

5.2 Περιγραφή

Ακριβώς επειδή ένα έργο έχει ολοκληρωθεί, δε σημαίνει ότι τα αποτελέσματά του εξαφανίζονται. Είναι σημαντικό να διατηρούνται ορατά και διαθέσιμα, ιδίως μέσω ιστοσελίδων (websites), έτσι ώστε η ομάδα στόχος να μπορεί να έχει πρόσβαση στα αποτελέσματά του έργου, να μπορεί να μάθει από αυτά, να μπορεί να τα προσαρμόσει στις δικές του ανάγκες, καθώς επίσης να τα μεταφέρει και στο επόμενο επίπεδο (Antunes, 2011). Τόσο η μεταφορά όσο και η εμπορευματοποίηση της βιωσιμότητας του έργου, βοηθά.

Η συνέχεια του έργου ξεκινά από πολύ νωρίς, όταν δημιουργείτε μια δομή που θα εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα, δηλαδή, όταν επιλέγετε η εταιρική σχέση. Από τη αρχή θα πρέπει να είναι συγκεκριμένο ποια θα είναι τα αποτελέσματα του έργου, πώς θα επιτευχθούν και ποια θα είναι τα ενδιαφερόμενα μέλη. Αν όλα αυτά καθοριστούν και αν οι ομάδες στόχος θέλουν και χρειάζονται το προϊόν, τότε το

έργο θα έχει μεγάλες πιθανότητες επιβίωσης μετά το τέλος της περιόδου χρηματοδότησης (Antunes, 2011).

5.3 Σκοπός

Η Βιωσιμότητα αρχίζει με την ανάπτυξη του προγράμματος (AIDA, 2001). Ο στόχος του κάθε έργου είναι η βελτίωση της ατομικής και κοινωνικής ευημερίας, και δεν αποτελεί έναν βραχυπρόθεσμο στόχο.

Η βιωσιμότητα δεν είναι μόνο για περισσότερα χρήματα, επιπλέον είναι για (AIDA, 2001):

- Συνεχής οικοδόμηση σχέσεων. Η πραγματοποίηση ενός έργου προϋποθέτει την ανάγκη των αποτελεσμάτων του, για κάποιες ομάδες χρηστών. Αυτός είναι και ο λόγος που σχεδιάζεται. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να υπάρχει επικοινωνία, αξιοπιστία, αμοιβαιότητα και δέσμευση μεταξύ του έργου, και των προϊόντων του, και των ομάδων, που αφορά το έργο.
- Δημιουργία μίας “θέσης”. Το έργο δημιουργείται για να καλύψει μία ανάγκη. Με βάση αυτό, στα πλαίσια του έργου, μπορούν να παραχθούν καινοτόμα αποτελέσματα. Δε χρειάζεται να επαναλαμβάνονται οι ίδιες υφιστάμενες υπηρεσίες. Είναι μία ευκαιρία να αναπτύσσονται καινοτόμες ιδέες, δίνοντας έτσι κατάρτιση και τεχνογνωσία, η οποία δεν υπάρχει αλλού.
- Διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης. Ένα έργο δε χρειάζεται να λειτουργεί κάτω από τα όρια των πόρων της χρηματοδότησης του. Δίνεται η ευκαιρία να λειτουργεί και με επιχορηγήσεις και συμβάσεις από άλλες πηγές, ιδιωτικές πηγές. Ακόμα και αν δεν υπάρχουν αυτές, ένα παραγωγικό έργο μπορεί να επιβιώσει και με εθελοντές, ή δωρεές, ή ακόμα και με είδος.
- Ευελιξία. Αυτό που προσφέρει περισσότερο ο στόχος για τη βιωσιμότητα του έργου, είναι η ευελιξία. Το έργο να είναι σε θέση να δεχθεί αλλαγές και αν επανεξεταστεί. Να δίνεται έμφαση στην υλοποίηση των αποτελεσμάτων του έργου, και όχι μόνο στις εξόδους του. Θα πρέπει να είναι ανοικτό σε νέες ιδέες.

5.4 Απαιτήσεις Βιωσιμότητας ενός έργου

Σύμφωνα με τον οδηγό Βιωσιμότητας (AIDA, 2001), ο προβληματισμός σχετικά με τη βιωσιμότητα δεν είναι κάτι που θα πρέπει να μείνει μέχρι να φτάσει η χρηματοδότηση του έργου στο τέλος. Χρειάζεται χρόνος για καθοριστούν κάποιες συνθήκες του έργου, όπως (AIDA, 2001):

- Ο προσδιορισμό των βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στρατηγικών της βιωσιμότητας, με τους οποίους θα λειτουργήσει το έργο.
- Η διεξαγωγή αξιολόγησης του τρέχοντος έργου , χρησιμοποιώντας τα δεδομένα που συλλέγονται για την απόδοση της χρηματοδότησης, τα οποία θα βοηθήσουν να καθοριστούν οι συγκεκριμένες δραστηριότητες που μπορούν και θα πρέπει να συνεχιστούν.
- Η διεξαγωγή μιας διαδικασίας σχεδιασμού για τη βιωσιμότητα.
- Ο προσδιορισμός των πόρων που απαιτούνται για τη διατήρηση του έργου (π.χ. σχολή, το προσωπικό, τον εξοπλισμό, το διάστημα, κλπ.) και πως θα αποκτηθούν.
- Η ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων μεταξύ των εταίρων, σε ότι έχει σχέση με τις πτυχές του έργου που πρόκειται να διατηρηθούν, ειδικά με εκείνους τους εταίρους που παρέχουν πόρους κατά τη διάρκεια της χρηματοδότησης ή είναι πιθανό να παρέχουν πόρους στο μέλλον.

5.5 Η Πορεία για τη Βιωσιμότητα

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η βιωσιμότητα ενός έργου θα πρέπει να σχεδιάζεται από τα αρχικά στάδια του έργου. Για αυτό είναι ζωτικής σημασίας, ο έλεγχος μιας σειράς παραγόντων, προκειμένου να διασφαλιστεί η Βιωσιμότητα του έργου (Antunes, 2011):

- I. Κατ' αρχάς, θα πρέπει να εξεταστεί η ποιότητα του σχεδιασμού του έργου, για να καλυφθούν συγκεκριμένες ανάγκες και συγκεκριμένοι περιορισμοί, στο πλαίσιο της εταιρικής σχέσης. Τα έργα που ταιριάζουν με τις πραγματικές ανάγκες των ομάδων στόχων, των σχετικών παραγόντων και της αγοράς εργασίας, είναι πιο πιθανό να είναι βιώσιμα.
- II. Στη συνέχεια, η συμμετοχή όλων των μελών της κοινοπραξίας είναι ένας από τους πιο καθοριστικούς παράγοντες της βιωσιμότητας. Η στενή συνεργασία μεταξύ των μελών προκαλεί ευκαιρίες για την έναρξη νέων έργων στο μέλλον. Η συνεχής και ισορροπημένη συμμετοχή του κάθε εταίρου, σε όλη τη ζωή του έργου, θα πρέπει να είναι δεδομένη.
- III. Η αποτελεσματική διαχείριση και η ηγεσία του έργου είναι ζωτικής σημασίας. Αυτό σχετίζεται με τους ηγέτες του έργου και τα επαγγελματικά τους κίνητρα, τις ικανότητες τους να διαχειρίζονται το σύνολο του έργου. Η αποτελεσματική διαχείριση ευνοεί τη συμμετοχή των εταίρων, τη συγκέντρωση χρημάτων, καθώς και την ικανότητα πρόβλεψης της βιωσιμότητας. Η επαρκής ηγεσία διευκολύνεται από την προηγούμενη εμπειρία και από την ορθή χρήση συμβουλών από ειδικευμένους επαγγελματίες.
- IV. Επιπλέον, πρέπει να τονιστεί η ανάγκη για την ενεργό συμμετοχή της ομάδας στόχος, όχι μόνο για να διασφαλιστεί ότι τα αποτελέσματα ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους, αλλά και για την διάχυση (valorisation) και την άσκηση πίεσης του σκοπού, δημιουργώντας ένα αίσθημα ιδιοκτησίας και ενθαρρύνοντας με αυτόν τον τρόπο τη βιωσιμότητα των αποτελεσμάτων.

- V. Ένα βιώσιμο σχέδιο θα πρέπει να εξασφαλίσει τους κατάλληλους πόρους ώστε να διατηρηθεί: οικονομικούς πόρους (από εσωτερικούς ή εξωτερικούς εταίρους), καθώς και ανθρώπινο δυναμικό και εξοπλισμός υλικού. Οι διαχειριστές του έργου θα πρέπει να προβλέψουν το τέλος της χρηματοδότησης του έργου και να αναζητούν εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, για τη πραγματοποίηση ενός έργου που να είναι αυτάρκες. Η δημιουργία μιας πνευματικής συμφωνία ιδιοκτησίας (IPR), η αποσαφήνιση των δικαιωμάτων χρήσης και εμπορικής χρήσης των προϊόντων που προέρχονται μπορεί να το υποστηρίξει αυτό. Όπως επίσης και τον εντοπισμό των ενδιαφερομένων οργανώσεων, που να δεσμευτούν να κάνουν βιώσιμη χρήση των προϊόντων.
- VI. Τέλος, οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων, ιδίως οι εθνικοί και ευρωπαϊκοί αρμόδιοι οργανισμοί, στον τομέα της εκπαίδευσης όπου θα λειτουργούν, μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο από την αποδοχή ή την ουδετερότητά τους προς το έργο. Μπορούν να επηρεάσουν αποφασιστικά την αξιοποίηση και εκμετάλλευση (exploitation) και την περαιτέρω την βιωσιμότητα (sustainability) του έργου.

Αυτοί είναι οι βασικοί παράγοντες, για την πιο καθοριστική επίδραση στη βιωσιμότητα. Κερδίζοντας την εμπιστοσύνη μεταξύ των κεντρικών αρχών, των αρμόδιων φορέων και των χρηστών, μπορεί να εξασφαλίσει η βιωσιμότητα.

5.6 Διαδικασία Σχεδιασμού Βιωσιμότητας

5.6.1 Τι θα διατηρηθεί

Όταν σε ένα έργο έρχεται η στιγμή να οργανωθεί το Σχέδιο Βιωσιμότητας που το αφορά, θα πρέπει να εξεταστεί ποιες από τις δραστηριότητες του έργου θα διατηρηθούν και μετά το τέλος του. Είναι σημαντικό, πρώτα να αξιολογηθεί η επιτυχία των τρεχουσών δραστηριοτήτων, πριν το τέλος της χρηματοδότησης του έργου. Πρέπει να γίνει σαφές σε ποια δραστηριότητα αξίζει να συνεχιστεί η προσπάθεια, για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Ποια από τα προγράμματα του έργου μπορεί να αξίζουν να είναι βιώσιμα, καθώς και ποια από αυτά αξίζουν να αναπαραχθούν και να εξελιχθούν στο μέλλον. Σημαντικό ρόλο παίζουν και τα αποτελέσματα του εκάστοτε προγράμματος, αν ήταν τα επιθυμητά, αν όντως ήταν τα αναμενόμενα και ποια θα είναι η εξέλιξή τους. Δε χρειάζεται να διατηρηθούν το σύνολο των δραστηριοτήτων ενός προγράμματος.

Σύμφωνα με το εγχειρίδιο βιωσιμότητας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (European Communities, 2006), η βιωσιμότητα δεν μπορεί να αφορά όλες τις πτυχές του έργου. Σε κάθε έργο ορισμένες δραστηριότητες ή ορισμένα αποτελέσματα μπορούν να διατηρηθούν, ενώ άλλες δραστηριότητες ή άλλα αποτελέσματα, μπορεί να μην είναι τόσο απαραίτητα να διατηρηθούν. Ένα έργο μπορεί να θεωρηθεί ως βιώσιμο, εάν οι σχετικές δραστηριότητες ασκούνται και τα αποτελέσματα διατηρούνται ή αναπτύσσονται μετά το τέλος της χρηματοδότησης της ΕΕ (δηλαδή η διάρκεια των νέων μαθημάτων, την ενημέρωση των νέων εργαλείων).

5.6.2 Βασικά στοιχεία της βιωσιμότητας

1. Όραμα: Το όραμα της βιωσιμότητας ορίζει σαφώς τι είναι αυτό που πρέπει να διατηρηθεί. Το όραμα είναι μια σαφής εικόνα του ποια είναι η οργάνωση, που θα ήθελε ιδανικά το μέλλον του έργου, να είναι.

2. Αποτελέσματα: Τα δεδομένα που συλλέγονται κατά τη διάρκεια και μετά τη διάρκεια της χρηματοδότησης, τα οποία χρησιμοποιούνται για τη βελτίωση του έργου και των υπηρεσιών του, με την πάροδο του χρόνου, καθώς και για να επικοινωνούν τις επιτυχίες του έργου.

3. Στρατηγική Διαχείρισης & Χρηματοδότησης: Ο προσδιορισμός των οικονομικών στρατηγικών που ενσωματώνονται στο έργο και τις ανάγκες των ενδιαφερόμενων φορέων. Οι ηγέτες του έργου πρέπει να είναι καλοί διαχειριστές των κεφαλαίων και να ξέρουν πώς να εξισορροπήσουν τις τρέχουσες αποφάσεις με τις μελλοντικές επιπτώσεις.

4. Προσαρμοστικότητα: Η αλλαγή είναι αναπόφευκτη και μπορεί να είναι θετική. Η προσαρμοστικότητα είναι πολύ βασική στην διατήρηση του έργου, εφόσον τα αποτελέσματα και η τεχνική ενός έργου μπορεί να χρησιμοποιηθεί μελλοντικά και από άλλα προγράμματα.

5. Συνεργασία: Ανάπτυξη συνεργασιών που περιλαμβάνουν και την επέκταση πέρα από τις οικονομικές συνεισφορές. Πρέπει να υπάρχει ένα πνεύμα συνεργασίας και υπευθυνότητας μεταξύ των σημερινών και των μελλοντικών φορέων.

6. Πρωτοπορία: Ο προσδιορισμός και η ανάπτυξη πρωτοποριών που μπορούν να βοηθήσουν το έργο να αποκτήσει την αναγνώριση και τους πόρους που απαιτούνται για την επίτευξη βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων.

7. Εσωτερικά συστήματα: Στο έργο πρέπει να συμμετέχουν άτομα, τα οποία θα αποτελέσουν μία ισχυρή ηγεσία, το προσωπικό και εθελοντές. Στα εσωτερικά συστήματα, περιλαμβάνονται τα επικοινωνιακά συστήματα, οι διαδικασίες, καθώς και ένα σχέδιο διαχείρισης των κινδύνων.

8. Εξωτερικά Συστήματα: Περιλαμβάνουν το περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσεται το έργο κατά τη διάρκεια της ζωής του. Ανεκμετάλλετες πηγές χρηματοδότησης

Πτυχιακή εργασία των φοιτητριών Κουμαρά Αλίκη και Νικολαΐδου Αγάπη

και άλλων πόρων, καθώς και ο τρόπος που οι ανάγκες στις ενδιαφερόμενες ομάδες έχουν αλλάξει με την πάροδο του χρόνου και πώς αναμένετε ότι θα αλλάξουν στο μέλλον.

9. Σχέδιο Βιωσιμότητας: Γραπτό κείμενο που να περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία βιωσιμότητας και θεσπίζει ένα σχέδιο δράσης.

5.6.3 Βήματα Διαδικασίας Σχεδιασμού Βιωσιμότητας

Η διεξαγωγή μίας διαδικασίας σχεδιασμού βιωσιμότητας περιλαμβάνει το εξής βήματα ²:

Βήμα 1: Αποσαφήνιση του οράματος

Το όραμα πρέπει να είναι αυτό που ενώνει όλες τις προσπάθειές της βιωσιμότητας του έργου. Το όραμα θα πρέπει να χρησιμεύσει ως σημείο αναφοράς που θα φέρει το προσωπικό του έργου, τους συμμετέχοντες και τους υποστηρικτές μαζί. Η ικανότητα για τη μεταφορά του οράματος με σαφήνεια στους άλλους είναι απαραίτητη για τη διατήρηση και την προσέλκυση υποστήριξης. Σε αυτό το βήμα περιλαμβάνονται οι εξής ενέργειες:

- Οργάνωση ομάδων. Οι μικρές ομάδες είναι πιο εύκολο να διαχειριστούν, αν και οι μεγαλύτερες ομάδες φέρνουν περισσότερους πόρους και ιδέες. Τα άτομα που θα περιλαμβάνονται πρέπει να είναι άτομα με γνώση για το έργο, δεξιότητες μάρκετινγκ, και γνώση του κοινού στο οποίο απευθύνεται.
- Καταγραφή οράματος και των στόχων του έργου.
- Προσδιορισμός των αποτελεσμάτων του έργου μετά το τέλος της χρηματοδότησης.
- Προσδιορισμός των δραστηριοτήτων που θα οδηγήσουν στα επιθυμητά αποτελέσματα μετά το τέλος της χρηματοδότησης.
- Ποια θα είναι τα οφέλη του έργου και ποιοι φορείς θα επωφελούνται περισσότερο από αυτό.

Βήμα2: Καθορισμός τι θα Διατηρηθεί

Εκτός από το όραμα, οι αποφάσεις θα πρέπει να βασίζονται στις δραστηριότητες που θα διατηρηθούν για να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα του έργου. Η αξιολόγηση του τρέχοντος έργου μπορεί να παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για την καλή λήψη αποφάσεων σχετικά με τις πιο σημαντικές πτυχές των προσπαθειών για τη διατήρηση των δραστηριοτήτων με την πάροδο του χρόνου. Δεν χρειάζεται να διατηρηθεί το σύνολο των δραστηριοτήτων, μόνο αυτές που αποσκοπούν για την επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων. Σε αυτό το βήμα περιλαμβάνονται οι εξής ενέργειες:

- Αξιολόγηση με τις δραστηριότητες που είναι πιο πιθανό να υποστηρίξουν βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους στόχους.
- Προσδιορισμός δραστηριοτήτων που μπορούν και πρέπει να συνεχιστούν (με βάση τις ανάγκες και τα επιθυμητά αποτελέσματα).

Βήμα 3: Δημιουργία Συνεργασίας

Η συνεργασία είναι ένα βασικό συστατικό για τη βιωσιμότητα. Η συνεργασία αυξάνει τον αριθμό των ατόμων που ασχολούνται με τη βιωσιμότητα του έργου και προσφέρει περισσότερες δυνατότητες ή πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα πόρων, συμπεριλαμβανομένων των πιθανών πηγών χρηματοδότησης. Οι ενέργειες του βήματος είναι:

- Η αναγνώριση των κύριων συνεργατών στη διατήρηση του έργου, ειδικά αυτούς που θα συνεργαστούν μακροπρόθεσμα.
- Προσδιορισμός πιθανών συνεργατών εντός της κοινότητας ή του κράτους, οι οποίοι θα συμμετέχουν στο μέλλον στο έργο, χρησιμοποιώντας και προβάλλοντας τα αποτελέσματα του έργου.
- Η συμμετοχή μιας μεγάλης ποικιλίας φυσικών προσώπων που μπορούν να ενδιαφέρονται για το έργο και να αναπτύξουν συνεργασίες που θα υποστηρίξουν και θα προωθούν τις προσπάθειές.
- Εντοπισμός ρόλων και αρμοδιοτήτων για καθένα από τους βασικούς εταίρους στη διατήρηση του έργου καθώς και ποια θα είναι τα οφέλη με την συμμετοχή του κάθε εταίρου.

- Εντοπισμός μηχανισμών για τη διατήρηση των συνεργατών σχετικά με την πρόοδο και τις δραστηριότητες βιωσιμότητας.

Βήμα 4: Επιλογή Στρατηγικών και Μεθόδων Βιωσιμότητας

Μερικές στρατηγικές βιωσιμότητας, όπως η δημιουργία εταιρικών σχέσεων και η εξασφάλιση εσωτερικής στήριξης για τη θεσμοθέτηση δραστηριοτήτων του έργου, μπορούν να ενσωματωθούν στο έργο από την αρχή, ως το χαρακτηριστικό του σχεδιασμού του έργου. Άλλες στρατηγικές, όπως τον προσδιορισμό των πόρων για την αντιμετώπιση των μεταβαλλόμενων αναγκών, θα πρέπει να προσδιορίζονται σε μεταγενέστερες φάσεις της χρηματοδότησης ώστε να αντικατοπτρίζει τους στόχους και τους πόρους εκείνη τη στιγμή. Στο βήμα αυτό είναι οι ενεργείες:

- Προσδιορισμός των πόρων που απαιτούνται στις δραστηριότητες που έχουν επιλεγεί. Ρόλους που μπορούν να συνδυαστούν ή να μοιράζονται, αν χρειάζονται περισσότερο ή λιγότερους πόροι καθώς οι δραστηριότητες θα θεσμοθετηθούν, κλπ.
- Εντοπισμός προκλήσεων των πόρων που πρέπει να αντιμετωπιστούν, προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι για την βιωσιμότητα.
- Ανάπτυξη αναλυτικής περιγραφής των δραστηριοτήτων που θα διατηρηθούν. Συγκεκριμένα τι θα διατηρηθεί και τι θα αλλάξει.
- Συνεργασία με τους εταίρους για να μοιραστούν τις ιδέες, την εμπειρία και τους πόρους.
- Πώς θα προσαρμοστούν στις αλλαγές, στις ανάγκες και τις προτιμήσεις του διαχείριση, το προσωπικό, οι συνεργάτες και οι άλλοι ενδιαφερόμενοι φορείς.
- Ανάπτυξη στρατηγικών για την αξιολόγηση και την προώθηση της επιτυχίας του έργου.
- Πώς θα επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή προβολή για τη διατήρηση των δραστηριοτήτων του έργου.

Βήμα 5: Βήματα Ανάπτυξης δράσης

Τα βήματα της δράσης που πραγματοποιείτε για την αντιμετώπιση των επιδιώξεων της βιωσιμότητας του έργου, ποικίλει ανάλογα με τους ειδικούς στόχους που έχουν καθοριστεί. Υπάρχουν βασικά ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν, συμπεριλαμβανομένου του καθορισμού των πόρων που απαιτούνται, τις πηγές τους, καθώς και την εξασφάλιση της συμμετοχής των εταίρων και των βασικών παραγόντων:

- Ανάπτυξη ενός αναλυτικού προϋπολογισμού για το έργο, μετά το τέλος της χρηματοδότησης, με βάση την εμπειρία και με τις δραστηριότητες που θα διατηρηθούν. Πώς το κόστος και οι ανάγκες για πόρους μπορεί να αλλάξει λόγω των δραστηριοτήτων, το οικονομικό κλίμα, κλπ.
- Εντοπισμός πιθανών πηγών χρηματοδότησης για τη διατήρηση του έργου.
- Ανάπτυξη συστημάτων διαχείρισης επιχειρήσεων (π.χ., των ανθρώπινων πόρων, της διαχείρισης πληροφοριακών συστημάτων, κ.λπ.) που επιτρέπουν την αποτελεσματική εφαρμογή του σχεδίου.
- Εφαρμογή συστημάτων για τη συνεχή επικοινωνία με τους συνεργάτες και με τις ομάδες χρηστών, στα οποία θα απευθύνονται για την πρόοδο και τα αποτελέσματα του έργου.

Βήμα 6: Εγγραφή και επικοινωνία των επιτυχιών του έργου

Ένας από τους καλύτερους τρόπους για να συνεχιστεί η βιωσιμότητα μακροπρόθεσμα είναι η τεκμηρίωση και η επικοινωνία της επιτυχίας του έργου, στους βασικούς μετόχους και άλλους υποστηρικτές ή εν δυνάμει υποστηρικτές σε μόνιμη βάση. Οι ενέργειες του βήματος είναι:

- Σύνταξη γραπτού σχεδίου βιωσιμότητας, τεκμηριωμένο με τις αλλαγές στο σχέδιο ανάλογα με την περίπτωση.
- Ανάπτυξη συστημάτων για τη συλλογή και την ανάλυση δεδομένων σχετικά με τη βιωσιμότητα, εάν είναι απαραίτητο.
- Ορισμός της επιτυχίας της βιωσιμότητας, και των σημείων αναφοράς για τη μέτρηση της προόδου.
- Καταγραφή των επιτευγμάτων όσον αφορά τον αριθμό και των χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων που εξυπηρετούνται, όπως και τις δραστηριότητες και τις υπηρεσίες, τα προϊόντα, και τα αποτελέσματα.

- Ενημέρωση σχεδίου της βιωσιμότητας του έργου για να αντικατοπτρίζει τις αλλαγές στις προτιμήσεις του προσωπικού, των χρηματοδοτών και άλλων ενδιαφερόμενων φορέων.
- Διάδοση των επιτυχιών στους ενδιαφερόμενους φορείς, καθώς και στον έξω κόσμο.

5.7 Συμπέρασμα

Η βιωσιμότητα υπήρξε και παραμένει ένα βασικό σύνθημα της εποχής μας. Είναι η κατεύθυνση του ταξιδιού που είναι σημαντικό. Και ότι τα αποτελέσματα για την κοινωνία και, τελικά, την ποιότητα του περιβάλλοντος, είναι προς όφελος της οικονομικής επιτυχίας και της εθνικής ευημερίας (European Communities, 2006).

Για όλους τους παραπάνω λόγους, σε ένα έργο η βιωσιμότητα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη. Δε θα πρέπει να υποθέτει κανείς ότι αν η ιδέα είναι καλή, θα προσελκύσει αυτόματα και μελλοντική στήριξη. Η βιωσιμότητα πρέπει να προγραμματιστεί.

Ένα βασικό σημείο ενός έργου είναι η συνεργασία με τους εταίρους, σε συνεχή βάση ¹. Θα πρέπει οι εταίροι να συνειδητοποιούν το όφελος των δραστηριοτήτων στο έργο, οι οποίες διατηρούνται μέχρι σήμερα, και το πώς το έργο αυτό θα συνεχίσει.

Κάνοντας ένα έργο βιώσιμο, δημιουργείται και ένας οδηγός για το πως και άλλα έργα μπορούν να γίνουν βιώσιμα. Έτσι μια καλή ιδέα μπορεί να προσφέρει και μεταγενέστερα της χρηματοδότησης της, ωφέλει στους συντελεστές του έργου και τους άμεσα ενδιαφερόμενους, αλλά και στην υπόλοιπη κοινωνία, δίνοντας εφελκυστική πορεία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης

6.1 Οδηγίες Ευρωπαϊκής Επιτροπής

Οι συστάσεις και οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Lindquist, 2009), καθιστά σαφές ότι η «Διάδοση» είναι ουσιαστικά περισσότερο από κάποια «ευαισθητοποίηση της νέας γενιάς», με κάποιο γενικό τρόπο. Θεωρεί τη Διάδοση ως επαγγελματική δραστηριότητα που εξασφαλίζει επίδραση στις ανάγκες του έργου, αφορά ειδικά την επίτευξη των στόχων, και φτάνει έως εκτός του προγράμματος, για να δημιουργήσει αξίες και υποστήριξη για τα κοινά-στόχους και τα ενδιαφερόμενα μέρη καθώς και για να είναι προσβάσιμα τα αποτελέσματα του έργου και τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προκύπτουν από το έργο.

6.1.1 Τι λένε οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Διάδοση και τη Διάχυση.

Υπάρχει μια συγκεκριμένη πίεση σε κάθε σχέδιο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Lindquist, 2009), ώστε να αναλάβει τη διάδοση των πληροφοριών σχετικά με το έργο και τα αποτελέσματα της, και οι προσπάθειες που γίνονται στον τομέα αυτό θα πρέπει να επιτευχθεί ουσιαστικά πέρα από το άμεσο περιβάλλον του «κανονικού πλαισίου λειτουργίας και των φορέων του έργου», και το προϊόν / η υπηρεσία και τα αποτελέσματα του έργου, θα πρέπει να είναι προσβάσιμα και να χρησιμοποιηθούν, τουλάχιστον, σε Ευρωπαϊκή κλίμακα, σε μια βιώσιμη βάση, πέραν από το χρονικό πλαίσιο του έργου. Αυτό σημαίνει, επίσης, ότι η προσπάθεια της Διάδοσης και της Διάχυσης, θα έπρεπε να εξασφαλίζει ότι το έργο, και όλες οι δραστηριότητές του, έχουν σχεδιαστεί για να φιλοξενήσουν την εμπλοκή των ενδιαφερόμενων μερών στις δραστηριότητες του σχεδίου, καθώς και σε όλες τις φάσεις του έργου να ασχολούνται με τις προσπάθειες Διάδοσης και Διάχυσης, και ότι όλοι οι εταίροι του έργου έχουν δέσμευση για τη Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης, από την έναρξη του έργου και σε χρονικές περιόδους πέραν από το χρονικό πλαίσιο του έργου.

6.2 Σχέδιο Διάδοσης και Διάχυσης του έργου

Το σχέδιο του έργου διευκρινίζει πώς με τη σύμπραξη του έργου έχει γίνει η δέσμευση για την υλοποίηση του έργου, και αυτό από την άποψη να είναι βασικό κομμάτι η δραστηριότητα, το χρονοδιάγραμμα των δραστηριοτήτων και των προθεσμιών, η διανομή ευθύνη, η συμμετοχή εταίρων, καθώς και η υποβολή εκθέσεων και η παράδοση των αναμενόμενων αποτελεσμάτων, τα παραδοτέα, προϊόντα, και / ή υπηρεσίες. Το σχέδιο του έργου αποτελεί αναπόσπαστο μέρος τόσο της σύμβασης του έργου, όσο και στις συμφωνίες εταιρικής σχέσης (Lindquist, 2009).

Βασικό είναι ότι οποιαδήποτε αλλαγή του σχεδίου του έργου, όσον αφορά το περιεχόμενο, το χρονοδιάγραμμα ή την εστίασή του, η οποία με οποιοδήποτε τρόπο μπορεί να επιβάλει είτε αλλαγές στα αποτελέσματα, είτε επιπτώσεις στο έργο, ή στην επίτευξη των στόχων, ή στην υποστήριξη του αρχικού πληθυσμού-στόχου, ή στη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών, είτε αλλαγή στον αντίκτυπο και την αξιοποίηση των παρεχόμενων προϊόντων / υπηρεσιών, μπορεί κάλλιστα να θεωρηθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ως μια τροποποίηση που απαιτεί ένα σύνολο τροποποιήσεων στη σύμβαση, και αυτά θα πρέπει να εγκριθούν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, πριν από την εφαρμογή τους.

6.3 Στοιχεία Στρατηγικής Διάδοσης και Διάχυσης

Η Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης του έργου έχει υποστηρίζεται από τέσσερις αλληλένδετες συνιστώσες (Lindquist, 2009). Κάθεμία από αυτές, αναπτύχθηκε με σκοπό να εξασφαλιστεί τη βέλτιστη απόδοση και τα βέλτιστα αποτελέσματα των προσπαθειών Διάδοσης και Διάχυσης, που λαμβάνονται από την εταιρική σχέση, με τη φιλοδοξία να εξασφαλιστεί μια επιτυχή υλοποίηση του έργου αυτού και τη δημιουργία αξίας και βιώσιμων αποτελεσμάτων από το έργο.

1. Μια σταδιακή προσέγγιση με τη διαδικασία υλοποίησης της Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης του έργου (οκτώ φάσεις)
2. Ένα σχέδιο εφαρμογής της Στρατηγικής Διάδοσης και Διάχυσης με συγκεκριμένα παραδοτέα και προθεσμίες δράσης
3. Ένας Οδηγός Εφαρμογής για τη συμβολή τους και τις ευθύνες για τις προσπάθειες διάδοσης
4. Ένα πρακτικό εγχειρίδιο / οδηγίες σχετικά με το πώς να σχεδιάσουν τις ενέργειες Διάδοσης και Διάχυσης

6.3.1 Φάσεις διαδικασίας υλοποίησης της Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης του έργου

Η εφαρμογή της Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης του έργου, θεωρείται ότι περιέχει οκτώ εν μέρει επικαλυπτόμενες αλλά σε μεγάλο βαθμό διαδοχικές φάσεις, οι οποίες πρέπει να πραγματοποιηθούν στο πλαίσιο του έργου. Οι οκτώ φάσεις διαδικασίας υλοποίησης της Στρατηγική Διάδοσης και Διάχυσης του έργου (Lindquist, 2009):

Φάση 1 - Καθιέρωση ενός συστήματος διαχείρισης της Διάδοσης και Διάχυσης για το έργο

Ο σκοπός αυτής της φάσης είναι να καθορίσει τη Διαχείριση της Διάδοσης και Διάχυσης, σύστημα το οποίο θα πρέπει να εφαρμόζεται για το έργο, ποιες θα είναι οι υπηρεσίες διαχείρισης που θα χρησιμοποιηθούν στο πλαίσιο του έργου,. Η φάση αυτή θα πρέπει επίσης να έχει ως ένα από τα τεκμηριωμένα αποτελέσματα της, κατ 'αρχάς μια απόφαση για τη διαχείριση του έργου, για το τι λύση Διάδοσης και Διάχυσης θα έχει, για να εφαρμοστεί το σχέδιο, και δεύτερον, μια απόφαση για τη διαχείριση του έργου σε ότι αφορά τον συνεργάτη / παράγοντα του έργου, ο οποίος θα έχει την ευθύνη του συντονιστή για τη διαχείριση διάδοσης και διάχυσης.

Η φάση αυτή υλοποιείται από τον εταίρο του έργου, που ευθύνεται για τις πτυχές διάδοσης και διάχυσης του έργου, σε στενή συνεργασία / διαβούλευση με τον οργανισμό, ο οποίος είναι υπεύθυνος για τη διαχείριση του έργου.

Φάση 2 - Ορισμός των παραμέτρων Διάδοσης και Διάχυσης για το έργο

Ο σκοπός αυτού του δεύτερου σταδίου είναι να διασφαλιστεί ότι το έργο αφορά μια αποτελεσματική συνεργασία και ευρεία κατανομή των ευθυνών για το σχεδιασμό, την παρακολούθηση και την εφαρμογή της στρατηγικής Διάδοσης και Διάχυσης, καθ 'όλη τη διάρκεια του χρόνου του έργου, και, ανάλογα με τις προσπάθειες ανάπτυξης του έργου. Η φάση αυτή θα πρέπει να έχει μια λίστα από τις παραμέτρους που θα πρέπει να αντιμετωπιστούν από την εταιρική σχέση σε επίπεδο προσπαθειών / εισφορών για τη Διάδοση και Διάχυση του έργου.

Οι παράμετροι πρέπει να καθοριστούν για τους εξής λόγους:

- Οι ανάγκες που το έργο έχει ως φιλοδοξία της να αντιμετωπίσει. Οι παράμετροι αυτοί θα πρέπει να είναι σύμφωνοι με τη λογική, το σκοπό και την αιτιολόγηση του έργου.
- Οι στόχοι του έργου (διανέμεται σε συνεργάτες/αντιπροσώπους εταίρων). Οι παράμετροι αυτοί πρέπει να είναι συνεπείς με τους στόχους του έργου στη σύμβαση του έργου.
- Τα αποτελέσματα (προϊόντα /υπηρεσίες) τα οποία αναμένεται να αναπτυχθούν/ προβλέπονται από το έργο. Οι παράμετροι αυτοί θα πρέπει να είναι συνεπής με τα αποτελέσματα, τα οποία δεσμεύτηκαν στη σύμβαση του έργου.
- Οι ομάδες-στόχοι που πρέπει να προσεγγιστούν με τις ανεπτυγμένες/παρεχόμενα υπηρεσίες/προϊόντα. Οι παράμετροι αυτοί θα πρέπει να περιλαμβάνουν όλους τους προβλεπόμενους από το έργο συμμετέχοντες / εξυπηρετούντες, τελικούς χρήστες / ενδιαφερόμενους φορείς.
- Ο αντίκτυπος που θα πρέπει να δημιουργείται στα πλαίσια του έργου. Οι παράμετροι αυτοί θα πρέπει να περιλαμβάνουν τουλάχιστον το εθνικό πλαίσιο λειτουργίας καθενός από τους εταίρους, κατά προτίμηση πέρα από ότι με μια απευθείας σύνδεση μεταξύ χωρών και / ή ευρωπαϊκό επίπεδο.

Αυτή η φάση είναι που πρέπει να δομηθεί με τον υπεύθυνο εταίρο για τη διάχυση, και να εφαρμοστεί σε στενή συνεργασία με την ομάδα διαχείρισης του έργου ή του συνολικού έργου συντονιστή / ανάδοχος.

Φάση 3 - Σχεδιασμός των δράσεων για τον εντοπισμό παραμέτρων Διάδοσης και Διάχυσης

Σκοπός της τρίτης φάσης είναι να ξεκινήσει η κατανομή των ευθυνών στους εταίρους, για την εφαρμογή της στρατηγικής Διάδοσης και Διάχυσης, και το πρώτο βήμα στο θέμα αυτό είναι να ξεκινήσει τον ορισμό ενός σχεδίου Διάδοσης και Διάχυσης, για κάθε μία από τις παραμέτρους Διάδοσης και Διάχυσης που προσδιορίζονται κατά τη διάρκεια της φάσης 2.

Ο ορισμός των παραμέτρων θα πρέπει να ξεκινήσει με τις παραμέτρους που αφορούν τις «ανάγκες» και τους «στόχους», ακολούθως οι παράμετροι για την «ομάδα-στόχο» και οι παράμετροι «προϊόντων», και στη συνέχεια με τον ορισμό των παραμέτρων των «επιπτώσεων». Κάθε παράμετρος πρέπει να περιλαμβάνει τις πληροφορίες που προβλέπονται για την κάθε κατηγορία

παραμέτρου, στην οποία ανήκει, προκαθορισμένες από ένα μορφότυπο προδιαγραφών, και θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει τις ενδείξεις των διασυνδέσεων με τις παραμέτρους σε άλλες κατηγορίες παραμέτρων.

Όλοι οι ορισμοί των παραμέτρων θα πρέπει να αναθεωρούνται και να ενημερώνονται τακτικά, έτσι ώστε η τεκμηρίωση των παραμέτρων να είναι πάντα ενημερωμένοι, και να απεικονίζουν την πραγματική κατάσταση και προσανατολισμό των προσπαθειών του έργου Διάδοσης και Διάχυσης, καθώς περιέχει ενεργές συνδέσεις και ενημερωμένες αναφορές σε όλες τις σχετικές εκθέσεις για την κατάσταση δραστηριότητας, και με κάθε ένα από αυτά έχοντας τις πλήρεις και ενημερωμένες εκδόσεις των εγγράφων υποστήριξης.

Φάση 4 - Προετοιμασία των Εργαλείων και Εφαρμογή Διάδοσης και Διάχυσης

Από τις προδιαγραφές των προγραμματισμένων δράσεων Διάδοσης και Διάχυσης που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια της Φάσης 3, θα είναι επίσης δυνατό να προσδιοριστούν τα μέσα που θα πρέπει να αναπτυχθούν και να διατίθενται στο θέμα των χρονικών περιόδων του έργου, και ο σκοπός της φάσης 4 είναι να εξασφαλίσει την έγκαιρη διάθεση των επιθυμητών εργαλείων Διάδοσης και Διάχυσης. Οι απαιτήσεις για τα εργαλεία Διάδοσης και Διάχυσης, θα πρέπει να επανεξετάζονται σε τακτά χρονικά διαστήματα και το πρόγραμμα παραγωγής των εργαλείων Διάδοσης και Διάχυσης θα πρέπει να ενημερώνεται σε τακτά διαστήματα .

Τα αποτελέσματα της Φάσης 4 θα πρέπει να είναι ένα σύνολο εργαλεία Διάδοσης και Διάχυσης, τα οποία να ταιριάζουν στις απαιτήσεις που ορίζονται από τις προδιαγραφές των παραμέτρων Διάδοσης και Διάχυσης.

Φάση 5 - Εφαρμογή και καταγραφή των ληφθέντων Δράσεων Διάδοσης και Διάχυσης

Η πέμπτη φάση είναι ο ίδιος ο πυρήνας του έργου των προσπαθειών Διάδοσης και Διάχυσης, και θα πρέπει να δοθεί η προσοχή που απαιτείται, στις προτεραιότητες και στην κατανομή των πόρων.

Οι δραστηριότητες αυτής της φάσης πρέπει να περιλαμβάνουν όλες τις παραμέτρους και στοιχεία δράσης που έχουν προσδιοριστεί, κατά τις προηγούμενες φάσεις, και να εφαρμοστούν κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης με τις εργαλεία και τα μέσα που διατίθενται μέσω της προηγούμενης φάσης.

Τα αποτελέσματα της πέμπτης φάσης θα πρέπει να είναι μία στερεή, περιεκτική, σε μεγάλο βαθμό ολοκληρωμένη και σφαιρική διάδοση και εφαρμογή πρακτικών διάχυσης, για όλες τις παραμέτρους που ορίζονται αρχικά στην πρώτη φάση, και σταδιακά βελτιώθηκαν σε όλη την πρόοδο του έργου. Η πέμπτη φάση θα πρέπει να είναι συνεχής δραστηριότητα έως το τέλος του έργου, και όχι μόνο.

Φάση 6 - Υποβολή εκθέσεων σχετικά με την πρόοδο και τα αποτελέσματα των προσπαθειών Διάδοσης και Διάχυσης.

Η έκτη φάση είναι στενά συνυφασμένη με την πέμπτη φάση ως εσωτερικές διαδικασίες υποβολής εκθέσεων του έργου, που υλοποιούνται σε μια σχετικά συνεχή και διαρκή βάση. Τα αποτελέσματα αυτής της φάσης θα πρέπει να είναι ένα σύνολο τακτικών έργου-εσωτερικών εκθέσεων, σχετικά με την πρόοδο της υλοποίησης Διάδοσης και Διάχυσης του έργου, στους εταίρους. Οι εκθέσεις αυτές, και η υποστηρικτική τεκμηρίωση, θα πρέπει επίσης να τίθενται στη διάθεση των εξωτερικών αξιολογητών, ελεγκτών και αξιολογητών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής του προγράμματος.

Φάση 7 - Αξιολόγηση και επαλήθευση των επιπτώσεων και των αποτελεσμάτων της Διάδοσης και Διάχυσης του έργου

Ο σκοπός της φάσης επτά είναι να εξασφαλιστεί τόσο η συνολική εταιρική σχέση του έργου, καθώς το έργο δεν είναι μόνο παραγωγή πολύτιμων αποτελεσμάτων, αλλά στο έργο, επίσης, έχουν γίνει επαρκείς ρυθμίσεις για να είναι τα αποτελέσματα προσβάσιμα, διαθέσιμα και χρήσιμα.

Τα αποτελέσματα αυτής της φάσης θα πρέπει να είναι έγγραφες αποδείξεις για το πώς και σε ποιο βαθμό οι ενέργειες Διάδοσης και Διάχυσης του έργου, οι πληροφορίες του, η τεχνογνωσία που παράγει και οι υπηρεσίες παράγονται, έχουν χρησιμοποιηθεί και έχουν αντίκτυπο στην αγορά και στις ομάδες-στόχο και ότι είναι διαθέσιμα σε τέτοια μορφή ώστε, φορείς και αξιολογητές δεν θα χρειαζόταν να κάνουν οποιεσδήποτε πρόσθετες εξερευνήσεις ή αξιολογήσεις από άλλους για επαλήθευση.

Φάση 8 - Κατασκευή και συντήρηση ενός βιώσιμου έργο μετά τη Διαδικασία Διάδοσης και Διάχυσης

Η Όγδοη φάση έχει πρωταρχικό στόχο την εξασφάλιση ότι η διάδοση και η διάχυση θα συνεχίζεται και μετά την ολοκλήρωση του έργου, και το κάνει αυτό για την εταιρική σχέση με βιώσιμο τρόπο, καθώς εξασφαλίζει ότι οι πληροφορίες, τα υλικά, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες είναι προσβάσιμα / στη διάθεσή της ομάδας-στόχος και μετά τη λήξη του έργου.

Οι προετοιμασίες για τη συνέχιση του έργου μετά τις δράσεις Διάδοσης και Διάχυσης, πέρα από το χρονικό διάστημα του έργου, θα πρέπει επίσης να είναι σύμφωνες με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας περιλαμβάνονται σαφείς όροι για τη χρήση μετά-έργου των πληροφοριών του έργου, των προϊόντων, τις υπηρεσίες και των.

Τα αποτελέσματα αυτής της φάσης θα πρέπει να είναι ένα σχέδιο βιωσιμότητας, ή μετά από έργο επιχειρησιακού σχεδίου, για τα προϊόντα του έργου και / ή τις υπηρεσίες, που υλοποιούνται πριν από τη σύναψη των δραστηριοτήτων του έργου, σύμφωνα με τις αρχικές προδιαγραφές του έργου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - Εφαρμογή Διάχυσης για τον οργανισμό ECQA (European Certification and Qualification)

7.1 Εισαγωγή

Ο Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων (Ε.Σ.Π.Π.) είναι μία μη κερδοσκοπική σύμπραξη η οποία δημιουργήθηκε με σκοπό να ενώσει διάφορα εκπαιδευτικά ιδρύματα, καθώς και επαγγελματίες από την Ευρώπη και το εξωτερικό. Βασικό σχέδιό του είναι η παροχή πιστοποίησης κάποιων επαγγελματιών με τους ίδιους όρους και το ίδιο ηλεκτρονικό σύστημα εξετάσεων σε κάθε χώρα ώστε η πιστοποίηση αυτή να αναγνωρίζεται σε όλες τις χώρες οι οποίες συμμετέχουν.

Στο σύστημα εξετάσεων, προκειμένου να λάβουν την πιστοποίηση, μπορούν να συμμετέχουν φοιτητές ή άτομα που θέλουν να βελτιώσουν τη θέση στον εργασιακό τους χώρο και επιθυμούν να διαθέτουν μια επίσημα αναγνωρισμένη πιστοποίηση πάνω σε κάποιο αντικείμενο. Επίσης, υπάρχει μια βάση δεδομένων πιστοποιημένων επαγγελματιών οι οποίοι αναλαμβάνουν τη διεξαγωγή των εξετάσεων στις διάφορες χώρες και επωφελούνται από τη συμμετοχή τους στο πρόγραμμα πιστοποίησης.

Η σύμπραξη αυτή και οι δράσεις της σε κάποιες χώρες είναι ευρέως διαδεδομένες αλλά αντίθετα δεν είναι ευρύτατα γνωστές στον ελληνικό χώρο. Για το λόγο αυτό, στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας, δημιουργήθηκε ένας Δικτυακός τόπος, στον οποίο οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ενημερωθούν για τα επαγγέλματα στα οποία μπορούν να λάβουν πιστοποίηση. Καθώς, υλικό για το κάθε επάγγελμα και ανακοινώσεις για τις εξετάσεις.

7.2 Δικτυακός τόπος ecqa.it.teithe.gr

Ένας δικτυακός τόπος στην ελληνική γλώσσα σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρει ο Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων, μέσω του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, είναι μια καλή αρχή προκειμένου να γίνει γνωστός στο ελληνικό κοινό. Ο ιστοχώρος αυτός περιλαμβάνει βασικές πληροφορίες σχετικά με τη σύμπραξη και να δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να συνδεθεί με τον βασικό δικτυακό χώρο του ECQA για να αντλήσει περισσότερες πληροφορίες ή να λύσει περαιτέρω απορίες και να συμμετέχει στα προγράμματα που προσφέρονται. Προκειμένου να σχεδιαστεί ο δικτυακός τόπος χρησιμοποιήθηκε η εφαρμογή Microsoft Expression Web 3.

Η αρχική ιστοσελίδα του δικτυακού τόπου περιλαμβάνει αρχικά το επίσημο λογότυπο της σύμπραξης και την ελληνική ονομασία της. Στη συνέχεια, περιλαμβάνει ένα βασικό μενού στην αριστερή πλευρά της σελίδας, με επιλογές την αρχική σελίδα, πληροφορίες για το ECQA, τα πιστοποιημένα επαγγέλματα, τις εξετάσεις, την επικοινωνία και τις Παρουσιάσεις, όπου στο σύνολό τους ενημερώνουν σχετικά με τις υπηρεσίες που παρέχονται. Το ύφος είναι καθαρά ενημερωτικό και παροτρύνει τον επισκέπτη της ιστοσελίδας να λάβει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την επαγγελματική πιστοποίηση που προσφέρεται από τον σύνδεσμο. Η αρχική σελίδα του ιστότοπου παρουσιάζεται στην παρακάτω εικόνα:



Αρχική Σελίδα

Σε αυτή ο χρήστης μπορεί να βλέπει τις ανακοινώσεις σχετικά με τις δράσεις του ECQA στο ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης.

Επιλέγοντας από το βασικό μενού την επιλογή με τον τίτλο “Για τοECQA”, ο χρήστης μπορεί να δει πληροφορίες σχετικά με τη δράση της σύμπραξης και τους στόχους της, και είναι η ακόλουθη:

The screenshot displays the ECQA website interface. At the top, the ECQA logo (European Certification & Qualification Association) and the text 'Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων' are visible. A navigation menu on the left includes 'Αρχική', 'Για το ECQA', 'Πιστοποιημένα Επαγγέλματα', 'Εξετάσεις', 'Επικοινωνία', and 'Παρουσιάσεις'. The main content area features a header 'Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων (Ε.Σ.Π.Π.)' and a sub-header 'Ας ενώσουμε τις δυνάμεις μας!'. Below this is a graphic with silhouettes of people and a bar chart. The text describes the E.S.P.P. as a cross-sectoral partnership for educational standards and qualifications across Europe and internationally. It lists several key points: the E.S.P.P. provides a global certification framework for a large number of professions, with a 'de-linked' certification system where each country has its own electronic assessment system; the E.S.P.P. supports the market and development of skills (Skill Card) for professions, with specific ones approved by the Commission; the E.S.P.P. sets and controls quality criteria for providers and educators to ensure global education levels; and the E.S.P.P. provides a list of professions for which the E.S.P.P. certification is available.

Για το ECQA

Στη συνέχεια, επιλέγοντας την κατηγορία του βασικού μενού με τίτλο “Πιστοποιημένα Επαγγέλματα”, εμφανίζεται μια νέα ιστοσελίδα η οποία περιέχει μία λίστα με τα πιστοποιημένα επαγγέλματα που προσφέρονται από το ECQA στο ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Η ιστοσελίδα παρουσιάζεται στην παρακάτω εικόνα:



The screenshot shows the ECQA website header with the logo and the text "Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων". A sidebar on the left contains navigation links: "Αρχική", "Για το ECQA", "Πιστοποιημένα Επαγγέλματα", "Εξετάσεις", "Επικοινωνία", and "Παρουσιάσεις". The main content area is titled "Τα πιστοποιημένα επαγγέλματα που παρέχονται στο ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης είναι:" and lists the following professions:

- Innovation Manager
- European Project Manager
- Social Responsibilities Training and Certification Schema (Socires)
- Valorisation Expert
- Social Media Networker Skills (SIMS)

Below the list is an image of several white figures holding together colorful puzzle pieces (blue, green, red, yellow) on a light blue background.

Πιστοποιημένα Επαγγέλματα

Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει κάποιο από αυτά και να οδηγηθεί στην αντίστοιχη ιστοσελίδα με τις πληροφορίες για το κάθε επάγγελμα προς πιστοποίηση. Οι ιστοσελίδες των επαγγελμάτων παρουσιάζονται παρακάτω:



The screenshot shows the ECQA website header with the logo and the text "Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων". The sidebar on the left is the same as in the previous screenshot. The main content area is titled "Innovation Manager" and contains the following text:

Η εκμετάλλευση ιδεών και η σωστή χρήση τους στον εμπορικό τομέα, οδηγεί σε καινοτομίες, οι οποίες αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για μια επιτυχημένη επιχειρηματική στρατηγική. Η σωστή χρήση της γνώσης και των ιδεών αποτελούν σημαντικές προκλήσεις για τη διαχείριση. Τα πιο σημαντικά καθήκοντα ενός Innovation Manager είναι από την επεξεργασία των πληροφοριών και τον συντονισμό των δραστηριοτήτων στον επιχειρηματικό τομέα, μέχρι την καινοτομία. Η εκπαίδευση ενός Διαχειριστή Καινοτομίας (Innovation Manager) βασίζεται στην συστηματική και ενεργή συμμετοχή του εκπαιδευόμενου σε όλη την πορεία. Μερικά από τα θέματα που καλύπτονται είναι:

- Ορισμός των διαδικασιών καινοτομίας, οι οποίες είναι προσαρμοσμένες σε οργανισμούς μάθησης
- Η ανάλυση των πολιτισμικών διαφορών και των επιπτώσεών τους στις διαδικασίες της καινοτομίας
- Ανάλυση της απαιτούμενης τεχνολογικής υποδομής

[Περισσότερες Πληροφορίες...](#)

Innovation Manager

Σε αυτή, ο χρήστης μπορεί να μάθει πληροφορίες για το συγκεκριμένο επάγγελμα και να οδηγηθεί στην αντίστοιχη ιστοσελίδα του βασικού ιστότοπου του οργανισμού (ecqa.org), όπου διατίθεται περισσότερες πληροφορίες για τη διαδικασία συμμετοχής, τις απαιτήσεις και ότι άλλο θεωρείται απαραίτητο να

Πτυχιακή εργασία των φοιτητριών Κουμαρά Αλίκη και Νικολαΐδου Αγάπη

γνωρίζει ο υποψήφιος που επιλέγει το συγκεκριμένο επάγγελμα προς πιστοποίηση.

Παρόμοια παρουσιάζονται και τα υπόλοιπα επαγγέλματα, σειρά εμφάνισης στην λίστα με τα Πιστοποιημένα Επαγγέλματα.

The screenshot shows the ECQA website interface. At the top, there is the ECQA logo (European Certification & Qualification Association) and the text 'Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων'. On the left side, there is a vertical navigation menu with the following items: Αρχική, Για το ECQA, Πιστοποιημένα Επαγγέλματα, Εξετάσεις, Επικοινωνία, and Παρουσιάσεις. The main content area is titled 'EU Project Manager'. It contains the following text: 'Η κατάρτιση της ΕΕ Υπεύθυνος Έργου εστιάζει σε ικανότητες για τη διαχείριση των έργων που υλοποιήθηκαν σύμφωνα με τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι συμμετέχοντες εκπαιδεύονται να αποκτήσουν τη γνώση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο των διαφόρων προγραμμάτων της ΕΕ των διαδικασιών, καθώς και τις γνώσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη των προτάσεων έργων, καθώς και τις γνώσεις και τις βέλτιστες πρακτικές για τη διαχείριση των κοινοτικών προγραμμάτων, τα οποία συνήθως διανέμονται.' Below this, it says 'Περισσότερες πληροφορίες: στο site του ECQA.'

EU Project Manager

The screenshot shows the ECQA website interface for the 'Socires' certification. At the top, there is the ECQA logo and the text 'Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων'. On the left side, there is a vertical navigation menu with the following items: Αρχική, Για το ECQA, Πιστοποιημένα Επαγγέλματα, Εξετάσεις, Επικοινωνία, and Παρουσιάσεις. The main content area is titled 'Socires' and 'Social Responsibilities Training and Certification Schema'. It contains the following text: 'Project Code: 510098-LLP-1-2010-1-SI-Leonardo-LMP, Duration: 01.01.2011 – 31.12.2012, Leonardo da Vinci, Multilateral project for Development of Innovation entitled'. Below this, it says 'Κάθε οργανισμός επηρεάζει με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο την κοινωνία σε όλους τους τομείς (υγεία, περιβάλλον, κυβέρνηση, κτλ.) ακόμα και ενδιάφεροντα τα μέλη της κοινωνίας (καταναλωτές, εργαζόμενοι, κτλ.). Τα καθήκοντα ενός SOCIRES Manager είναι να καθορίσει μία σειρά από δεξιότητες που απαιτούνται για την ανάλυση και τον καθορισμό των κοινωνικών επιρροών και τις αρμοδιότητες ενός οργανισμού, καθώς και τις δεξιότητες που θα διασφαλίζουν τη βέλτιστη αναλογία μεταξύ των κοινωνικών ευθύνων και των οικονομικών συμφερόντων της οργάνωσης. Οι στόχοι του προγράμματος SOCIRES είναι:'. Below this, there is a list of bullet points: '- Η Ανάπτυξη της εκπαίδευσης και της πιστοποίησης στον τομέα της Κοινωνικής Ευθύνης (Social Responsibility), που ισχύουν για την κατάρτιση στην αγορά εργασίας και για μεταπτυχιακούς πανεπιστημίου.', '- Η Ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού, μαθησιακής πύλης και δεξαμενή ερωτήσεων για εξετάσεις (εκπαιδευτικό πακέτο) για "Social Responsibility Manager".', '- Η Διασφάλιση της βιωσιμότητας της εκπαίδευσης SOCIRES και η πιστοποίηση σε Ευρωπαϊκό επίπεδο στο πλαίσιο του ECQA.', '- Η Διάδοση των πληροφοριών σχετικά με τη σημασία της Κοινωνικής Ευθύνης στην αγορά.'. At the bottom, it says 'Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τη Διαχείριση Κοινωνικής Ευθύνης (SOCIRES Manager) μπορείτε να βρείτε στο ECQA καθώς και στο socires.eu.'

Social Responsibilities Training and Certification Schema (Socires)

ECQA European Certification & Qualification Association

Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων

Αρχική
Για το ECQA
Πιστοποιημένα
Επαγγέλματα
Εξετάσεις
Επικοινωνία
Παρουσιάσεις

Valorisation Project (VALO)

Valorisation Expert

Project Code: 2011-1-GR1-LEO05-06789
Duration: 01.10.2011 – 30.09.2013 (επέκταση μέχρι 31.12.2013)
Leonardo da Vinci, Transfer of Innovation

Η εκπαίδευση Valorisation Expert παρέχει τις βέλτιστες πρακτικές, οι οποίες απαιτούνται για την ανάλυση, τον καθορισμό και την εφαρμογή στρατηγικών για την διάχυση και αξιοποίηση έργων (δια βίου μάθησης, έρευνας, καινοτομίας, κλπ). Αυτό περιλαμβάνει θέματα όπως:

- Κατανόηση της σημασίας σχετικά με την αξιοποίηση της καινοτομίας και των αποτελεσμάτων του έργου
- Διάδοση (Dissemination), ευρεία και βαθιά διάδοση
- Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση (Exploitation), βιωσιμότητα, τη δημιουργία αξίας και mainstreaming
- Μέθοδοι Διάχυσης (Valorisation methods), διάχυση, η επικοινωνία με πιθανούς ενδιαφερομένους)
- Τυπική και άτυπη αξιοποίηση καναλιών

Valorisation tools (όργανα εργαλείων, μοναδική καινοτομία κ.λπ.)

Valorisation Expert

Στο επάγγελμα αυτό εκτός από την περιγραφή του επαγγέλματος Valorisation Expert και τον σύνδεσμο για τον βασικό ιστότοπο του επαγγέλματος, υπάρχει σύνδεσμος που οδηγεί στις παρουσιάσεις του προγράμματος VALO.

ECQA European Certification & Qualification Association

Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων

Αρχική
Για το ECQA
Πιστοποιημένα
Επαγγέλματα
Εξετάσεις
Επικοινωνία
Παρουσιάσεις

SIMS
ECQA Social Media Networker

Social Media Networker Skills

Project Code: 2011-1-ES1-LEO05-35930_AN
Duration: 01.10.2011 – 30.09.2013
Leonardo da Vinci, Transfer of Innovation (TOI)

Τα κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης χρησιμοποιούν web και κινητές τεχνολογίες που βασίζονται στην υποστήριξη διαδραστικού διάλογου και «ουσιαστικές αλλαγές και διάχυση στην επικοινωνία μεταξύ οργανισμών, κοινοτήτων, και των ατόμων." Κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι κοινωνικό λογισμικό που μεσολαβεί η ανθρώπινη επικοινωνία. Όταν οι τεχνολογίες είναι σε θέση, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πανταχού παρούσες, προσβάσιμες, και ενεργοποιούνται από κλιμακούμενες τεχνικές επικοινωνίας. Κατά το έτος 2012, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έγιναν μια από τις πιο ισχυρές πηγές για ενημερώσεις ειδήσεων μέσω πλατφόρμες όπως το Twitter, το Facebook και το Google+.

Περισσότερες πληροφορίες στο site www.socialmedianetworker.eu.

Social Media Networker Skills

Στην επόμενη κατηγορία από το βασικό μενού με τίτλο “Εξετάσεις”, εμφανίζεται ο οδηγός εγγραφής στις εξετάσεις, καθώς και ο σύνδεσμος για την Εγγραφή και Είσοδο στις εξετάσεις (Exam Registration and Login), ο οποίος οδηγεί στη βασική ιστοσελίδα του οργανισμού. Επιπλέον, περιλαμβάνει πληροφορίες που σχετίζονται με τη διαδικασία που ακολουθείται στις εξετάσεις απόκτησης του πιστοποιημένου επαγγέλματος, όπως είναι ο κανονισμός που ακολουθείται και ο τρόπος βαθμολόγησης. Η συγκεκριμένη ιστοσελίδα παρουσιάζεται παρακάτω:



Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων

Εγγραφή στις εξετάσεις

Ο Ε.Σ.Π.Π. έχει αναπτύξει συστήματα εξετάσεων και υπηρεσίες για το κάθε επάγγελμα. Παρακαλώ να διαβάσετε τον οδηγό εξετάσεων πριν να πάρετε μέρος στις εξετάσεις.

[Οδηγός εγγραφής στις εξετάσεις για συμμετέχοντες](#)

Προσοχή: Αν ήδη έχετε εγγραφεί για υπηρεσίες εκμάθησης δεν χρειάζεται να ξαναεγγραφείτε!

[Exam Registration and Login](#)

Κανονισμός εξετάσεων

- Ο χρόνος έναρξης και λήξης της εξέτασης ορίζεται από τον οργανισμό εξετάσεων.
- Ο κάθε συμμετέχων μπορεί να παρακολουθήσει την εξέταση οποιαδήποτε χρονική στιγμή μετά την έναρξη και πριν την ολοκλήρωσή της.
- Κατά τη διάρκεια της εξέτασης ο συμμετέχων μπορεί να συνδέεται ή να αποσυνδέεται από το σύστημα.
- Οι απαντήσεις αποθηκεύονται αυτόματα σε βάση δεδομένων.
- Εάν η σύνδεση με το διαδικτυακό διακοπεί (πτώση ασύρματης επικοινωνίας, μη λειτουργία διαδικτύου κ.λπ) θα εμφανιστεί προειδοποιητικό μήνυμα. Ο χρήστης πρέπει να αποσυνδεθεί. Μετά την αποκατάσταση της επικοινωνίας ο χρήστης μπορεί να συνδεθεί και πρέπει να ελέγξει αν οι τελευταίες του απαντήσεις αποθηκεύθηκαν σωστά. Σε περίπτωση προβλήματος πρέπει να ειδοποιηθεί ο επιτηρητής της εξέτασης.
- Τα αποτελέσματα της εξέτασης εμφανίζονται μόνο μετά τον τερματισμό της εξέτασης από τον οργανισμό εξετάσεων.
- Τα αποτελέσματα υπολογίζονται και εμφανίζονται ανά διδακτική ενότητα.
- Για την προεργασία σε μία διδακτική ενότητα απαιτείται η ορθή απάντηση σε τουλάχιστον 66% των αντίστοιχων ερωτήσεων.
- Για κάθε διδακτική ενότητα επάγονται με τυχαίο τρόπο 10 ερωτήσεις.
- Κάθε ερώτηση έχει τουλάχιστον μία σωστή απάντηση.
- Εάν ο συμμετέχων επιλέξει μία λανθασμένη απάντηση, η αντίστοιχη ερώτηση βαθμολογείται με μηδέν (0%).

Εξετάσεις

Η επόμενη επιλογή του βασικού μενού με τίτλο “Επικοινωνία” είναι συνοπτική και περιέχει τα εγχώρια στοιχεία επικοινωνίας, καθώς και τις διευθύνσεις, πραγματική και ηλεκτρονική της σύμπραξης, όπου μπορεί να επισκεφθεί ο χρήστης, καθώς και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μέσω της οποίας μπορεί να στείλει ο χρήστης κάποιο μήνυμα προκειμένου να ενημερωθεί για τυχόν απορίες. Η σελίδα παρουσιάζεται στην παρακάτω εικόνα:



The screenshot shows the website of the European Certification and Qualification Association (ECQA). The header features the ECQA logo (a circle of stars) and the text "Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων". A left sidebar contains a menu with items: Αρχική, Για το ECQA, Πιστοποιημένα Επαγγέλματα, Εξετάσεις, Επικοινωνία, and Παρουσιάσεις. The main content area is titled "Στοιχεία επικοινωνίας:" and lists contact details for the IT Department at TEI of Athens (Siaka Kersin), including an email address (siaka@it.teithe.gr), a phone number (2310791296), and a website (ecqa.it.teithe@gmail.com). Below this, it provides the address and contact email for the ECQA headquarters in Austria (Piaristengasse 1, A-3500 Krems, Austria, email: info(at)ecqa.org).

Επικοινωνία

Η τελευταία επιλογή του βασικού μενού με τον τίτλο “Παρουσιάσεις”, οδηγεί στην ιστοσελίδα με τις παρουσιάσεις και τις εκδηλώσεις, που έχουν γίνει για το πρόγραμμα VALO. Εκεί, αναφέρονται με χρονολογική σειρά οι τελευταίες παρουσιάσεις και εκδηλώσεις, συνοδευόμενες με υλικό, εικόνες και αρχεία κειμένου. Η σελίδα παρουσιάζεται στην παρακάτω εικόνα:

Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων

ECQA
European Certification & Qualification Association

Παρουσιάσεις σχετικά με το VALO

10 Ιανουαρίου 2012 διεξήχθη στο ΕΒΕΘ (Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης) η εναρκτήρια συνάντηση του έργου "[ECQA Valorization Expert Training and Certification](#)".

5 Ιουνίου 2012 διεξήχθη στο Αμφιθέατρο Ηλεκτρονικής του ΑΤΕΙΘ η εκδήλωση με θέμα "[e-Marketing](#)". Επικεφαλής της εκδήλωσης στο ΑΤΕΙΘ ήταν η Δρ. Κέρστιν Σιάκα Αναζητήτρια Καθηγήτρια του Τμήματος Πληροφορικής. [Πρόσκληση](#)

25-27 Ιουνίου 2012 Dissemination at EuroSPI Conference, Vienna Austria

Η κεντρική ομάδα με τίτλο "[Launching Innovation in the Market Requires Competences in Dissemination and Exploitation](#)", παρουσιάστηκε από την επικεφαλής του προγράμματος VALO **Kerstin Σιάκα** στην Ημερίδα με τίτλο [Creating Environments Supporting Innovation and Improvement](#) του 19th European System & Software Process Improvement and Innovation συνέδριου (BENA Business Base Nineteen, Vienna, Austria) ([2012.eurospi.net](#)).

Οι συντάκτες του εγγράφου, που επίσης συμμετείχε στο συνέδριο, είναι οι εξής:

- Kerstin Siakas, ATEI, Greece,
- Richard Messnarz, ISCN, Austria,
- Elli Georgiadou, Middlesex University, UK,
- Marja Naaranoja, University of Vaasa, Finland

Το [έγγραφο](#) δημοσιεύτηκε στο πλαίσιο της διαδικασίας [Springer](#) του συνεδρίου. Στο συνέδριο υπήρχε περίεργο της ECQA και iSCN όπου το φυλλάδιο του VALO ήταν στην οδόν. Κατά τη διάρκεια της συνεδρίας η παρουσίαση το φυλλάδιο του VALO διανεμήθηκε στους συμμετέχοντες και το SkillCard διανεμήθηκε στους συμμετέχοντες στα εργαστήρια, οι οποίοι κλήθηκαν να κοινοποιήσουν τις απόψεις τους σχετικά με την καταλληλότητα του προτεινόμενου περιεχομένου των νέων Valorisation Expert επαγγελμάτων.

20-23 Αυγούστου 2012 [SQM and INSPIRE Conferences 2012](#) Παρουσίαση: [Towards Maximising the Quality of Social Impact through Valorisation of LLPs presentation](#)

Αρχική
Για το ECQA
Πιστοποιημένα Επαγγέλματα
Εξετάσεις
Επικοινωνία
Παρουσιάσεις

Παρουσιάσεις

7.3 Social Media

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης έχουν κυριαρχήσει τα τελευταία χρόνια στο διαδίκτυο και τα μέλη τους απαριθμούνται σε εκατομμύρια χρήστες. Στις σελίδες αυτές δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας προφίλ ενός συγκεκριμένου άτομο, επιχείρησης ή οργανισμού. Μέσω ενός τέτοιου προφίλ, δίνεται η δυνατότητα συμμετοχής πολλών ανθρώπων να ενημερώνονται ή να αλληλεπιδρούν με τον ίδιο τον οργανισμό, αλλά και να ανταλλάσσουν απόψεις και ιδέες ή ακόμα και δεδομένα με κοινή βάση τον ίδιο τον οργανισμό. Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας, για την Διάδοση των επαγγελμάτων προς πιστοποίηση του ECQA και του δικτυακού τόπου (ecqa.it.teithe.gr), δημιουργήθηκε ένα προφίλ στο Facebook (www.facebook.com), όπως φαίνεται και στην παρακάτω εικόνα.

Πτυχιακή εργασία των φοιτητριών Κουμαρά Αλίκη και Νικολαΐδου Αγάπη



Προφίλ Facebook

Επιπλέον μετά την δημιουργία του προφίλ, δημιουργήθηκε μια ελληνική ομάδα, η οποία θα περιέχει πληροφορίες στα ελληνικά και η οποία φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.



Ομάδα Ecqa.teithe στο Facebook

7.4 Προτάσεις για επιπλέον προώθηση

Ο Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Πιστοποίησης και Προσόντων (ECQA) και οι υπηρεσίες πιστοποίησης που προσφέρει είναι δυνατόν να προωθηθούν στην ελληνικό κοινό με διάφορους τρόπους και ακολουθώντας διάφορες στρατηγικές προώθησης. Από τους πιο σημαντικούς τρόπους προώθησης είναι η δημιουργία banner και άλλων διαφημίσεων και η προώθηση του οργανισμού μέσω και των υπόλοιπων κοινωνικών δικτύων, αξιοποιώντας τη δύναμη που διαθέτουν στη σημερινή εποχή.

Οι τρόποι και τα εργαλεία προκειμένου να γίνει η προώθηση της συγκεκριμένης σύμπραξης περιλαμβάνουν τόσο στρατηγικές για ενεργητική προώθησή της, όπως είναι οι διάφορες διαφημίσεις στις ιστοσελίδες, τα banners και η αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων, καθώς επίσης και στρατηγικές για παθητική προώθησή της, όπως είναι τα κοινωνικά δίκτυα και τα γκρουπ συζητήσεων. Στη συνέχεια γίνεται μία παράθεση κάποιων εργαλείων και μεθόδων μάρκετινγκ που είναι εφικτό να χρησιμοποιηθούν για μια ολοκληρωμένη διαφημιστική εκστρατεία, με σκοπό να γίνει γνωστή η σύμπραξη και οι δράσεις της στον ελλαδικό χώρο.

7.4.1 Banners και buttons

Τα banners και τα buttons είναι μια από τις πιο εύκολα δημιουργούμενες και ποικιλόμορφες μεθόδους διαφήμισης. Στο διαδίκτυο υπάρχουν πάρα πολλές ιστοσελίδες οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα σε οποιοδήποτε χρήστη να δημιουργήσει τα δικά του banners και buttons ανάλογα με τις προτιμήσεις και τις ιδιότητες που θέλει να προσδώσει σε αυτά. Ιστοσελίδες στις οποίες μπορούν να κατασκευαστούν διάφορα banners δωρεάν είναι ενδεικτικά οι www.mybannermaker.com και <http://www.bannersketch.com>. Στη συγκεκριμένη περίπτωση του ECQA, λαμβάνοντας το λογότυπο του, κάποια πρότυπα για ελληνικά banners παρουσιάζονται στην παρακάτω εικόνα.



ECQA Banners

Πέρα από τα banners, μια εναλλακτική μορφή διαφήμισης στις διάφορες ιστοσελίδες είναι τα διάφορα buttons. Αυτά σε πολλές περιπτώσεις είναι ευκολότερα στη χρήση και πιο διακριτικά μέσα στις διάφορες ιστοσελίδες, αν και μερικές φορές είναι δυνατόν να περάσουν απαρατήρητα διότι το μέγεθος τους είναι συγκριτικά πολύ μικρότερο από αυτό των banners. Ιστοσελίδες που μπορούν να κατασκευαστούν δωρεάν κάποια buttons είναι ενδεικτικά οι www.makebutton.com και www.freebuttons.com. Κάποια πρότυπα για buttons της σύμπραξης παρουσιάζονται στην παρακάτω εικόνα.



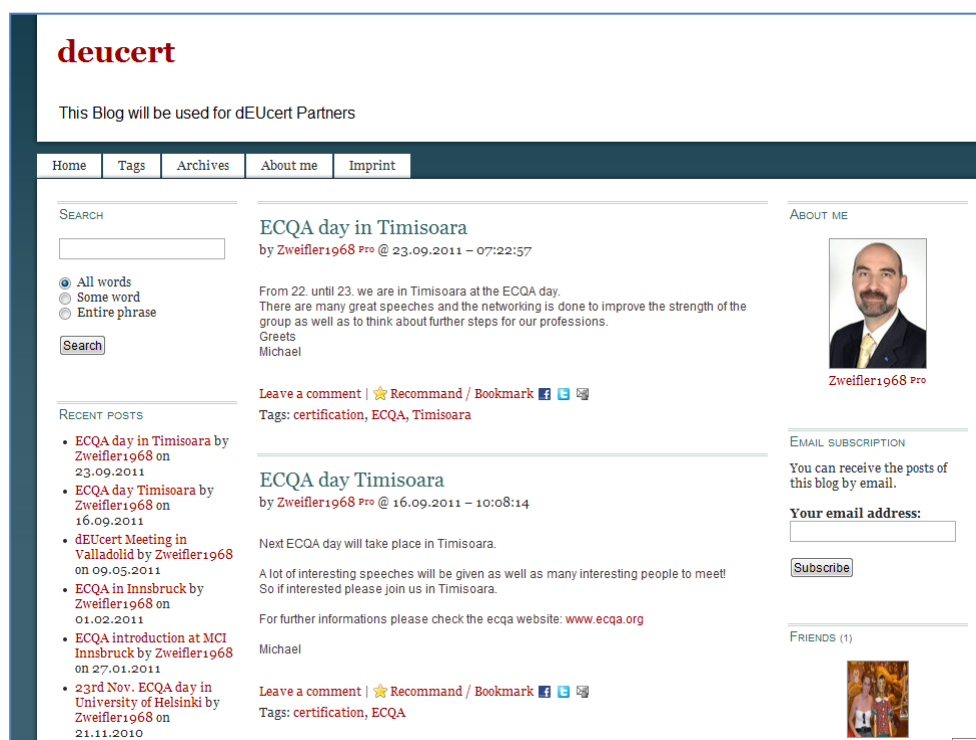
ECQA buttons

7.4.2 Social Media

Τα κοινωνικά μέσα είναι οι χώροι στους οποίους βρίσκονται πάρα πολλοί χρήστες και είναι εύκολο μέσα από αυτά να γίνει διάδοση ιδεών και δεδομένων και είναι από τους πιο προσοδοφόρους χώρους ώστε μια επιχείρηση να μπορέσει να επεκτείνει την πελατεία της ή κάποιος οργανισμός να προωθήσει τις δικές του ιδέες και δράσεις. Στη συνέχεια παρουσιάζονται κάποιες διαφημιστικές δράσεις μέσα σε αυτά τα κοινωνικά μέσα σχετικά με την προώθηση του ECQA.

- **Τα ιστολόγια (Blogs)**

Ένα ιστολόγιο είναι απαραίτητο προκειμένου τα μέλη μιας ομάδας να ανταλλάσσουν απόψεις και ιδέες και επίσης να γίνεται ενημέρωση σχετικά με τα νεώτερα συμβάντα που λαμβάνουν χώρα και έχουν σχέση με την εκάστοτε ομάδα. Το ECQA διαθέτει ήδη ένα ιστολόγιο στη διεύθυνση <http://deucert.blog.de>, η αρχική σελίδα του οποίου είναι αυτή που εμφανίζεται στην παρακάτω εικόνα.



The screenshot shows the ECQA Official Blog interface. At the top, the logo 'deucert' is displayed in red. Below it, a message states 'This Blog will be used for dEUcert Partners'. A navigation menu includes 'Home', 'Tags', 'Archives', 'About me', and 'Imprint'. The main content area features a search bar and a list of radio buttons for search criteria: 'All words', 'Some word', and 'Entire phrase'. The current post is titled 'ECQA day in Timisoara' by 'Zweifler1968 Pro' on '23.09.2011 - 07:22:37'. The post text reads: 'From 22. until 23. we are in Timisoara at the ECQA day. There are many great speeches and the networking is done to improve the strength of the group as well as to think about further steps for our professions. Greetings Michael'. Below the post, there are options to 'Leave a comment', 'Recommend', and 'Bookmark', along with social media icons. The 'Tags' section lists 'certification, ECQA, Timisoara'. A 'RECENT POSTS' sidebar lists several other posts, including 'ECQA day in Timisoara', 'ECQA day Timisoara', 'dEUcert Meeting in Valladolid', 'ECQA in Innsbruck', 'ECQA introduction at MCI Innsbruck', and '23rd Nov. ECQA day in University of Helsinki'. On the right, an 'ABOUT ME' section features a profile picture of Michael and the name 'Zweifler1968 Pro'. Below this is an 'EMAIL SUBSCRIPTION' form with the text 'You can receive the posts of this blog by email.' and a 'Subscribe' button. A 'FRIENDS (1)' section shows a small photo of a group of people.

ECQA Official Blog

Μια ελληνική αντίστοιχη ιστοσελίδα μπορεί να δημιουργηθεί μέσω της ιστοσελίδας www.blogspot.com. Βασική προϋπόθεση είναι να έχει ο διαχειριστής ένα λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην google. Μόλις εισάγει τα στοιχεία του λογαριασμού του, εμφανίζεται η αρχική σελίδα του blog όπου γίνονται οι απαραίτητες ρυθμίσεις. Στη συνέχεια γίνεται η επιλογή του ονόματος του ιστολογίου και η επιλογή της διεύθυνσης στην οποία θα είναι διαθέσιμο το ιστολόγιο. Σημαντικό στοιχείο σε αυτή την διαδικασία είναι το γεγονός ότι δίνεται στο ιστολόγιο μια διεύθυνση στην οποία θα εντοπίζεται από τους διάφορους χρήστες και μέσω της οποίας θα έχουν πρόσβαση και θα αλληλεπιδρούν μαζί της.

Έπειτα, ο διαχειριστής του ιστολογίου μπορεί να πραγματοποιήσει διάφορες ρυθμίσεις σχετικά με αυτό και να ενημερώνει το ιστολόγιο με βάση το αντίστοιχο το οποίο υπάρχει ήδη ή να ενημερώνει για τυχόν νέα τα οποία συμβαίνουν στον ελλαδικό χώρο σχετικά με το ECQA και τις παροχές του. Στη σελίδα αυτή, καθώς θα γίνεται ευρύτερη η χρήση του ιστολογίου μπορούν να εξαχθούν και διάφορα στατιστικά σχετικά με αυτό και υπάρχει άμεση ενημέρωση για οτιδήποτε γράφεται ή διαβάζεται από τους αναγνώστες του ιστολογίου.

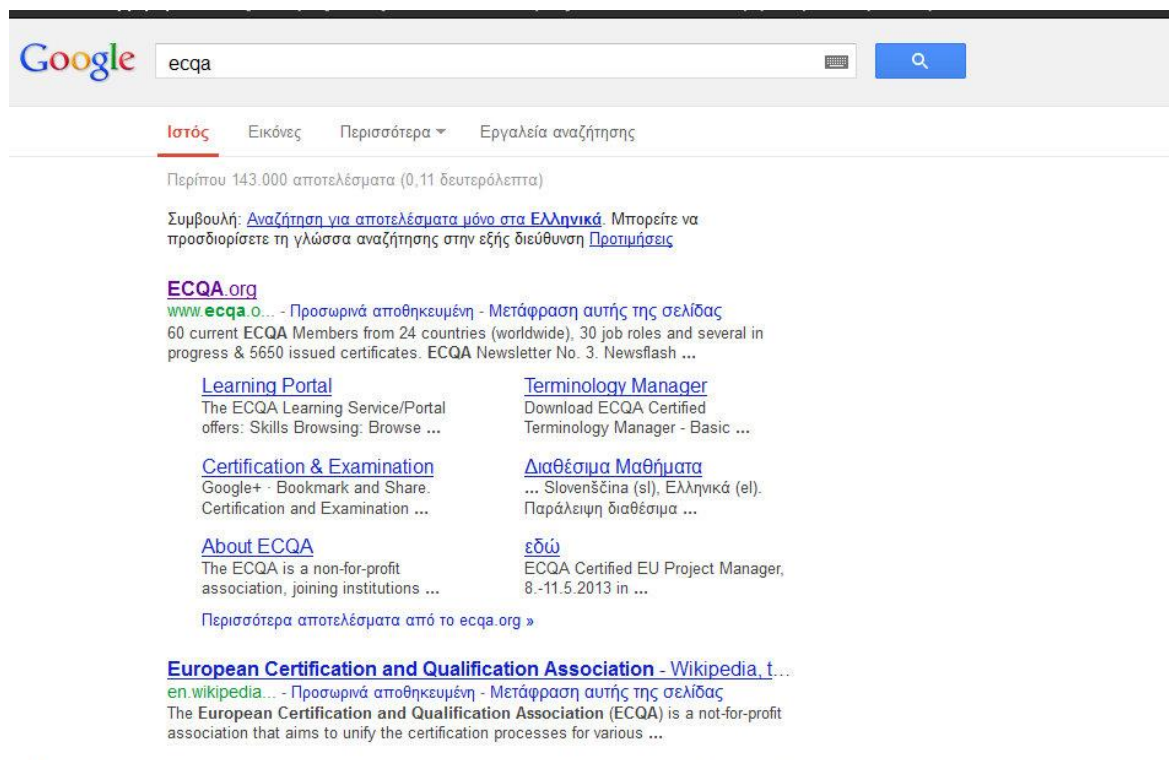
- **Micro-blogging**

Το micro-blogging είναι ένας ευρύτατα διαδεδομένος τρόπος μετάδοσης καταστάσεων ενημέρωσης ανά πάσα στιγμή, καθώς και εκδήλωσης προτιμήσεων σε σχέση με προϊόντα και υπηρεσίες. Το Twitter είναι η πιο γνωστή ιστοσελίδα micro-blogging στον κόσμο και μέσω αυτής μπορεί να προωθηθεί το ECQA με τη δημιουργία ενός προσωπικού προφίλ σχετικά με αυτό και την αλληλεπίδρασή του με τους «ακολουθητές» (followers) του. Η αρχική σελίδα δημιουργίας του προφίλ της ECQA παρουσιάζεται στην παρακάτω εικόνα.

Δημιουργία προφίλ Twitter

7.4.3 Μηχανές αναζήτησης

Οι μηχανές αναζήτησης είναι ιστοσελίδες στις οποίες απευθύνεται ο χρήστης για οτιδήποτε πληροφορία επιθυμεί να βρει οποιαδήποτε χρονική στιγμή. Ένα σημαντικό διαφημιστικό κομμάτι είναι να μπορεί ο χρήστης να βρίσκει κατά την αναζήτησή του άμεσα την ιστοσελίδα της επιχείρησης την οποία επιθυμεί. Η πιο γνωστή και πολυχρησιμοποιούμενη μηχανή αναζήτησης είναι η www.google.com. Κατά την αναζήτηση του ECQA στη μηχανή αναζήτησης του Google το πρώτο αποτέλεσμα που εμφανίζεται είναι η ιστοσελίδα της επιχείρησης, πράγμα που σημαίνει ότι η εταιρεία χρησιμοποιεί επιτυχώς αυτό το εργαλείο μάρκετινγκ ώστε να εμφανίζεται πρώτη στα αποτελέσματα αναζήτησης.



Google αναζήτηση ECQA

7.4.3.1 Διαφημιστικές Καμπάνιες Google (Google AdWords/ AdSense Campaigns)

Πέρα από την εμφάνιση της επιχείρησης στα πρώτα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης της Google, αυτή προσφέρει πολλές διαφημιστικές δυνατότητες στους πελάτες της. Οι διαφημιστικές καμπάνιες της Google δίνουν τη δυνατότητα σε μια επιχείρηση, οργανισμό ή και ιδιώτη να προωθήσει με εύκολο και σχετικά οικονομικό τρόπο τις παροχές της. Αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν και από το ECQA προκειμένου να γίνει προώθησή του και σε ελληνικές ιστοσελίδες.

Το κόστος διαφήμισης μέσω αυτών των υπηρεσιών εξαρτάται από τον πελάτη και ανάλογα με το ποσό που διαθέτει μπορεί να καθορίζει τη συχνότητα εμφάνισης των διαφημίσεων κατά τη διάρκεια όλης της ημέρας.

Οι διαφημιστικές καμπάνιες της Google περιλαμβάνουν αρχικά το AdWords με τη βοήθεια του οποίου μπορεί να βελτιωθεί η δυνατότητα εμφάνισης των διαφημίσεων κοντά σε μια αναζήτηση του χρήστη. Προκειμένου να δημιουργηθεί

ένας λογαριασμός AdWords είναι απαραίτητη η δημιουργία λογαριασμού στο Google και μετέπειτα ένας διακανονισμός σχετικά με τα κόστη και τη διαδικασία παροχής των διαφημίσεων. Η αρχική σελίδα του AdWords μετά τη δημιουργία του λογαριασμού είναι η ακόλουθη και σε αυτήν παρουσιάζονται όλα τα απαραίτητα στοιχεία και στατιστικά για μια επιτυχημένη διαφημιστική καμπάνια (www.google.gr/AdWords).

Μέσω της άλλης διαφημιστικής υπηρεσίας του Google, του AdSense, δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας διαφημίσεων οι οποίες μπορούν να έχουν διάφορες μορφές, οριζόντια ή κάθετα, και οι οποίες παρουσιάζονται σε διάφορα τμήματα της ιστοσελίδας άλλων επιχειρήσεων ή και της ίδιας της μηχανής αναζήτησης ως μηνύματα διαφημιστικού περιεχομένου. Μεγάλο πλεονέκτημα αυτής της διαφημιστικής μεθόδου είναι ότι οι διαφημίσεις δεν περιορίζονται μόνο στα όρια μιας χώρας αλλά μπορούν να εμφανιστούν σε οποιαδήποτε ιστοσελίδα ακόμα και αν η επίσημη γλώσσα της ιστοσελίδας που τις φιλοξενεί είναι διαφορετική. Μερικές ενδεικτικές διαφημίσεις μέσω του AdWords και του AdSense σχετικά με τον Ε.Σ.Π.Π. και οι οποίες μπορούν να παρουσιάζονται σε διάφορα σημεία σε άλλες ιστοσελίδες φαίνονται στις παρακάτω εικόνες.


Αναζήτηση σελίδων στα Ελληνικά <input type="checkbox"/>	Διαφημ.
Επαγγελματική πιστοποίηση: ecqa.org Εμείς έχουμε τη λύση. Εύκολη και γρήγορη επαγγελματική πιστοποίηση.	Διαφημ. Επαγγελματική πιστοποίηση: Εμείς έχουμε τη λύση. Εύκολη και γρήγορη επαγγελματική πιστοποίηση. ecqa.org
Προσφορές Ξενοδοχείων - Κλείστε το ξενοδοχείο σας σήμερα. www.hotels.com Χαμηλές τιμές διαθέσιμες.	Hotel www.vertaa.fi/hotellit Katso hotelliyön hinta eri kohteissa ja varaa täältä!
Hotels - Hotellit joka lähtöön Ebookersilta Hotels.Ebookers.fi hotels.ebookers.fi Paljon hyviä tarjouksia, varaa nyt!	Varaa hotelli www.hotelliweb.fi

Διαφημίσεις Google Adwords

Επαγγελματική πιστοποίηση:
Εμείς έχουμε τη λύση. Εύκολη και γρήγορη επαγγελματική πιστοποίηση.
ecqa.org

Images for your ad?
We have the images you need. Price starts at 3 EUR per image.
www.scanstockphoto.com

super-fuelsaver
save money increase power reduce emissions
www.super-fuelsaver.com

 Διαφημίσεις Google

Διαφημίσεις Google AdSense

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα εργασία παρουσιάστηκαν τα στοιχεία και οι έννοιες με τις οποίες ένα έργο πληροφορικής και καινοτομίας, και γενικά ένα έργο, μπορεί να γίνει ευρέως γνωστό και τα αποτελέσματα του, είτε είναι υπηρεσίες, είτε είναι προϊόντα μπορούν να διαδοθούν και να χρησιμοποιηθούν σε ενδιαφερόμενα μέλη της χώρας, αλλά και σε άλλες χώρες.

Μελετήσαμε τις έννοιες Διάδοση, Αξιοποίηση και Εκμετάλλευση, Διάχυση και Βιωσιμότητα. Έννοιες οι οποίες με την κατανόηση τους και την εφαρμογή τους μπορούν να δώσουν ζωή στα αποτελέσματα και τα προϊόντα των έργων, και να τα κάνει διαθέσιμα στο ευρύτερο κοινό.

Τέλος, σχεδιάστηκε ένας δικτυακός τόπος προώθησης του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Πιστοποίησης και Προσόντων (ECQA) στην ελληνική αγορά, στα πλαίσια του τμήματος Πληροφορικής του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Ο σύνδεσμος αυτός είναι ήδη γνωστός στην Ευρώπη για το έργο του και την πιστοποίηση που παρέχει στους πελάτες του οι οποίοι θέλουν να αποκτήσουν ένα δίπλωμα ειδίκευσης σε κάποιο συγκεκριμένο επάγγελμα. Επιπλέον, ξεκίνησε μία προσπάθεια προώθησης μέσω των social media. Επίσης προτάθηκαν και κάποιες άλλες μέθοδοι, ανέξοδες αλλά και κάποιες άλλες ίσως χρειάζεται να δοθεί κάποιο χρηματικό ποσό ανάλογα με το εύρος και την επιλογή των διαφημιστικών μέσων που θα χρησιμοποιηθούν. Ο κατάλληλος συνδυασμός αυτών των μέσων είναι απαραίτητος προκειμένου να γίνει η όσο το δυνατόν καλύτερη διαφήμιση του συνδέσμου στον ελλαδικό χώρο και η ενίσχυση της φήμης της, με το μικρότερο φυσικά διαφημιστικό κόστος και λαμβάνοντας υπόψη τις συνθήκες που επικρατούν σε αυτόν.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Ζώτος Χ. Γιώργος, (2000), *Διαφήμιση – Σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου*, University Studio Press, Θεσσαλονίκη

ΞΕΝΗ

AIDA, American Indian Development Associates, (2001), *Program Sustainability, Developing Strategies For Maintaining Programs Over the Long-term*

Anna-Kaarina Lindquist, (2009), *Dissemination and Valorisation strategy*, Guide for project partners

Damian R. and Calvin J., (2009), *Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation*, Kogan Page Publishers, London

European Communities, (2006), *Sustainability of international cooperation projects in the field of higher education an vocational training*, Handbook on Sustainability

Leonardo UK National Agency (2004), *Valorisation Guidance Note for Applicants and Projects* (Procedure B)

Maria Helena Antunes (2011), *DIVA Handbook for Dissemination, Exploitation and Sustainability of Educational Projects*, Lisboa, Portugal

Miletsky J., (2009), *Principles of Internet Marketing, New tools and methods for web developers*, Course Technology Ptr

Sheriff M., Georgiadou E., Abeysinghe G., Siakas K., (2013) *INCUBA: A meta-framework for sustaining the value of innovation in multi-cultural settings*

Πτυχιακή εργασία των φοιτητριών Κουμαρά Αλίκη και Νικολαΐδου Αγάπη

Siakas K. and Georgiadou E., (2011), *Towards Maximising the Quality of Social Impact through Valorisation of LLPs*

Socrates, (2000), *Socrates Odl/Minerva Dissemination*, Guide Sustain Project, Luxembourg

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

1. http://philica.com/display_observation.php?observation_id=36
(τελευταία επίσκεψη 14/04/2013)
2. http://www.epistimonikomarketing.gr/article_show.php?article_id=2632
(τελευταία επίσκεψη 03/02/2013)
3. <http://www.doleta.gov/business/PDF/SustainGuide.pdf>
(τελευταία επίσκεψη 15/02/2013)