

# ULICE PRE NAŠE DETI



---

Organizátor:

**RADA RODIČOV ŠKOLY** pri Základnej škole Belehradská 21, Košice

Projektový líder: Ing. **Peter VRÁBEL**, PhD.

Email: [peter.vrabel@rrb21.org](mailto:peter.vrabel@rrb21.org) | Mobil: +421 917 836 205



**RADA RODIČOV ŠKOLY**  
ZŠ Belehradská 21, Košice  
RRB21.org

## OBSAH

ULICE PRE NAŠE DETI.....	1
OBSAH .....	2
ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O PROJEKTE .....	2
POPIS PROJEKTU.....	3
POTREBY A DÔVODY VZNIKU .....	3
Fázy projektu .....	4
Ponuka partnerstva a spolupráce.....	5
PROPAGÁCIA PROJEKTU.....	6
EFEKTIVITA PROPAGÁCIE.....	7
CIEĽOVÁ SKUPINA.....	8
FINANCOVANIE.....	9

## ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O PROJEKTE

Zlepšením bezpečnosti ulíc v okolí škôl, skvalitnenie verejného priestranstva a zvýšenie slobody pohybu detí.

### Koordinátor projektu:

Organizácia: Rada rodičov školy pri Základnej škole Belehradská 21, Košice

Sídlo: Belehradská 21, Košice 040 13, Košice 1, Košický kraj

Forma: občianske združenie

IČO: 45008655

Web: [www.rrb21.org](http://www.rrb21.org)

*Predmet činnosti: Cieľom činnosti RRŠ na škole je spolupracovať s vedením školy a jej pedagogickým zborom. Spoločne s vedením školy participujeme na projektoch prinášame zlepšenia a možnosti formou intenzívnej spolupráce.*

### Kontakt:

Štatutár: Alexandra Čavarová, Predseda, +421 904 421 209, [alexandra.cavarova@rrb21.org](mailto:alexandra.cavarova@rrb21.org)

Projekt. líder: Peter Vrabel, Člen, +421 917 836 205, [peter.vrabel@rrb21.org](mailto:peter.vrabel@rrb21.org)

### Finančné operácie

Bankové spojenie: Slovenská Sporiteľňa

IBAN: SK77 0900 0000 0004 4761 8018



## POPIS PROJEKTU

Deti potrebujú pohyb a slobodu, aby boli zdravé, aktívne a nezávislé. Dnešné deti majú pritom menšiu slobodu pohybu ako ich rovesníci v minulosti. To ich oberá o prirodzené sociálne interakcie a rozvoj ich sociálnych zručností.

**Rada Rodičov školy** pripravila projekt ***Ulice pre naše deti***, ktorý má zlepšiť bezpečnosť ulíc v okolí škôl a vrátiť deťom vyrastajúcim na sídlisku Ťahanovce slobodu pohybu po svojich susedstvách. Cieľom projektu je zvýšiť percento školákov, ktorí chodia do školy pešo, na bicykli alebo verejnou hromadnou dopravou a pripraviť pre to podmienky na uliciach nášho mesta.

Projekt reaguje na súčasnú situáciu, kedy stále viac detí vozia rodičia do školy autom, a to aj napriek tomu, že bývajú v jej blízkosti. Cieľom projektu je rovnako tak zlepšiť povedomie detí o pravidlách cestnej premávky a informovať ich o mobilite s dôrazom na pešiu chôdzu.

## POTREBY A DÔVODY VZNIKU

Aj napriek existencii občianskych združení, organizácií a firiem, ktoré podporujú mobilitu, nie je vytvorený dostatočný priestor kde by mala verejnosť priestor na vyjadrenie svojich požiadaviek na verejný priestor. Práve projekt ***Ulice pre naše deti*** by odštartoval pilotnou fázou možného riešenia. Poznatky získané v pripravovanej pilotnej realizácii projektu sa využijú pri rozšírení projektu na ďalšie školy či mestské časti. Zámerom je zvýšiť bezpečnosť vďaka zlepšeniu prehľadnosti ulíc, upokojeniu dopravnej situácie v okolí škôl a aj motivovaním rodičov k zmene správania, aby postupne upustili od vozenia detí do školy autom.

Projekt *Ulice pre naše deti* by sme radi odštartovali pilotnými aktivitami na základnej škole Belehradská 21, Košice - Sídlisko Ťahanovce, ktorú navštevuje 750 detí. Nachádza sa na ulici spravovanej mestom Košice, susedí s viacerými zónami a dopravná situácia pred ňou je každé ráno náročná.



## Fázy projektu

Harmonogram socio-priestorového mapovania a participatívneho procesu. „Časová os projektu“ zjednodušene vysvetľuje jednotlivé etapy a postupy zberu a vyhodnotenia informácií.

### Február 2023

Projektové spracovanie konceptu. Forma a podrobnosti o projekte.

### Marec 2023

Dotazníkový prieskum vnímania situácie.

### Apríl 2023

Vyhodnotenie dotazníku, zmapovanie podnetov na verejný priezor.

### Máj - 2023

Fokusové skupiny detí - vychádzky s deťmi (Deti, Učítelia, Odborníci).

Mapovanie trasy dochádzky do školy (pripomienky a názor detí ich vnímanie priestoru).

### Jún 2023

Stretnutie pri mape - vnímanie mapy z pozície rodičov a ostatných aktérov.

### Júl 2023

Spracovanie výstupov a ich vyhodnotenie - graficky

### August 2023

Okrúhly stôl - stretnutie s odborníkmi, korekcia a možnosti

### September 2023

Spracovanie záverečných reálnych a možných opatrení.

### Október 2023

Predloženie opatrení autoritám mestská časť a mesto.

### November 2023

Vyhodnotenie opatrení a zapracovanie pripomienok autorít.

### December 2023

Celkové vyhodnotenie projektu, plán realizácie - záverečná správa.

Obsahová náplň jednotlivých krokov je spracovaná obsiahlejšie v jednotlivých kapitolách projektu. Spracované sú jednotlivé kroky, dramaturgia, komunikácia, marketing, ale aj dátová analýza a postupnosť či nadväznosť jednotlivých krokov.



## Ponuka partnerstva a spolupráce

Partnerstvo v projekte zviditeľní Vašu organizáciu (spoločnosť), jej produkty, či služby pred širokou skupinou potencionálnych klientov v súlade so základnými

charakteristikami a cieľmi projektu:

- ide o unikátny projekt, niečo nové a jediné svojho druhu v Košiciach
- vytvára príležitosť pre tvorivosť a nápaditosť klientov
- deklaruje, že Vaša spoločnosť má chuť a priestor podieľať sa veciach verejných
- projekt vytvára príležitosť, ako spojiť komerčnú a nekomerčnú oblasť
- zorganizovanie kvalitného projektu, ktorý bude zároveň dôkazom vysokej profesionality a svedectvom kultúrnej úrovne
- zviditeľnenie projektu v mediálnej komunite a potvrdenie vyspelej kultúry vašej organizácie.
- výberové a graficky spracované publikácie, či príspevky zaručujú záujem zo strany verejnosti
- príťažlivosť projektu pre hlavné cieľové skupiny je vytvorená organizačným tímom mladých ľudí, ktorí participujú na dokonalosti jednotlivých cieľov

### Verejnosť

Niekoľko ročná skúsenosť RADY RODIČOV poukazuje na prienik medzi zámermi a cieľmi projektu a potrebami, či záujmami verejnosti. Projekt má záujem orientovať sa na skupinu žijúcu v našej mestskej časti a dáme priestor na uplatnenie aj v regióne. Cielená spolupráca sa zameriava na deti a mládež, ale nezabúda aj na ostatných aktérov v danom priestore (rodičia, učitelia dôchodcovia a pod.). Cielená spolupráca a riadená diskusia má posilňovať a rozvíjať vzťahy vo verejnom priestore. Konceptia projektu otvára bránu spolupráce a zároveň ponúka nástroj na vzájomnú komunikáciu, či názorové prepojenie.

### Mestská časť, mesto a inštitúcie

Vzhľadom na množstvo informácií jednotlivých inštitúcií je potrebná selekcia. Účelovosť projektu je hlavne v prepojení verejného názoru (participácia) a miestnych autorít (samospráva). Spolupráca jednotlivých inštitúcií a vzájomné prepojenie informácií dáva priestor kontaktu a diskusie. Ponúkame priestor na spoluprácu v projekte, ktorý účelovo zameraný na verejný priestor. V neposlednom rade vytvára priestor na zdieľanie informácií ich publikovanie a zviditeľnenie.

### Obchodné spoločnosti

Spoločnosti pôsobiace v mestskej časti majú možnosť reprezentácie v širšej miere. Otvára sa nová možnosť prezentácie firemnej kultúry. Participácia tiež vytvorí priestor aj na názorové vyváženie a zastúpenie obchodného pohľadu. V nemalej miere spoločnosti ovplyvňujú obyvateľov a priestor dáva možnosť na nový spôsob vnímania obchodnej spoločnosti.



## PROPAGÁCIA PROJEKTU

Ide o komunikáciu samotného projektu, ako aj jeho partnerov a teda aj spoločnú marketingovú aktivitu a zviditeľnenie.

### Nástroje online propagácie

- Vlastná kategória webovej stránky - [www.rrb21.ks/ulice](http://www.rrb21.ks/ulice)
- Cudzie webové stránky - odkaz na projekt pri kľúčových partneroch
- Tlačové správy - pravidelné informácie o postupe a vývoj projektu
- Štúdie a zistenia - články a infografika po jednotlivých etapách projektu
- Podcast resp. zdieľané zostrihané video z kľúčových aktivít
- Pravidelný email reporty ku projektu - Newsletter
- Súťaže ku kľúčovým etapám - slepá mapa
- Sponzorovaná podpora postov na sociálnych sieťach
- Copywriting - pravidelné články o vývoji
- Referencie a ohlasy na projekt

### Nástroje offline propagácie

- Plnofarebné spracovanie projektového zámeru
- Grafické a analytické spracovanie čiastkových výstupov
- Technické spracovanie dát a mapy pre diskusie
- Spracovanie informačnej brožúrky o realizácii projektu
- Vytvorenie informačných bannerov
- Vytvorenie plagátov a pozvánok k diskusným formátom
- Spracovanie tričiek a iných upomienkových predmetov k projektu

### PROPAGÁCIA, MEDIALIZÁCIA, DOKUMENTÁCIA

Základné formy informovania verejnosti, propagácie a medializácie sa začínajú základnou tvorbou projektu, pokračujú prípravou, propagovaním a tlačou informačných a propagačných materiálov vo všetkých mutáciách, výrobou grafického spracovania pútavých príspevkov ako aj ostatnou reklamou. Priebežne sa vytvorí internetová podstránka, ktorá je nielen jedným z najdôležitejších mediálnych nástrojov, ale aj prostriedkom komunikácie s jednotlivými subjektmi projektu. Taktiež stránka a sociálne siete poskytujú priestor na prepojenie a spoluprácu. Zjednocujúcim prvkom celej kampane bude logo projektu. Pre projekt bude charakteristická farebnosť, spôsobená plnofarebnou výtvarnou koncepciou vizuálneho riešenia materiálov, ktorá sa ukázala príťažlivá, teda marketingovo veľmi vhodná.



## EFEKTIVITA PROPAGÁCIE

Nepochybne významnou súčasťou akéhokoľvek projektu je vyhodnotenie jeho efektivity a to zvlášť, ak ide o projekt, ktorého cieľom je prepájať verejnosť, verejný priestor a samosprávu. Významným prvkom takéhoto projektu je hlavne informovanosť. Uvedený fakt vedie našu organizáciu k dôslednej analýze uskutočnených aktivít a rozboru efektívnosti. Kvalifikované vyhodnotenie projektu si vyžaduje stanovenie tak kvalitatívnych ako kvantitatívnych ukazovateľov (kritérií).

Do oblasti propagácie patrí aj skutočnosť, že projekt bude medializovaný aj sprievodnými podujatiami v danej miestnej časti ciele a účelovo. Akcie budú informovať o projekte a propagovať jeho výhody resp. ciele. Taktiež v mieste konania budú umiestnené špeciálne transparenty a informačný materiál.

Vzťah s verejnosťou bude budovaný na základe medializácie informácií podporené reklamou. Informácie zverejnené z dopadov, dotazníkov a ankiet obohatené o názor odbornej verejnosti. Cieľom je dosiahnuť objemnú kvalitu spravodajských mediálnych výstupov. Pozitívne rozvíjať skutočnosti v tejto oblasti a prehodnotiť použité prvky spolupráce.

### KVANTITATÍVNE PARAMETRE

- počet spolupracujúcich subjektov (mestské inštitúcie, kultúrne inštitúcie, vzdelávacie inštitúcie, podnikatelia, spoločnosti, nadácie a fondy)
- počet zapojených respondentov cez dotazníky a ankety
- počet analytických a grafických výstupov
- počet prínosných opatrení a možných riešení
- počet oslovených čitateľov, dosah príspevkov a tlačových správ

### KVALITATÍVNE PARAMETRE

- zabezpečenie kvalitne spracovaného a odborne referovaného výstupného dokumentu
- zabezpečenie nástrojov na transparentnú komunikáciu
- kvalitný grafický rozsah a spracovanie vizualizácie
- poskytnutie priestoru na diskusiu formou dotvorených komentovaných diskusií
- kvalitné informačné a náučné články (počet a kvalita)
- organizačné a personálne zabezpečenie projektu
- hodnotenie spolupráce formou spätnej väzby

## **CIEĽOVÁ SKUPINA**

Primárne – Priamo zapojená skupina

Cieľová skupina:

Územná jednotka: Košice - mestská časť Sídliisko Ťahanovce

Počet obyvateľov: 20 863 z toho muži 10 059 a ženy 10 804

Počet žiakov: 750 študentov (detí)

Sekundárne - Komunikačne a územne dotknutá skupina (projekt možný na multiplikáciu)

### **Okres Košice I**

Počet obyvateľov: 64 453 z toho muži 30 713 a ženy 33 740

### **Okres Košice II**

Počet obyvateľov: 79 437 z toho muži 38 037 a ženy 41 400

### **Okres Košice III:**

Počet obyvateľov: 28 135 z toho muži 13 649 a ženy 14 486

### **Okres Košice IV**

Počet obyvateľov: 57 015 z toho muži 27 108 a ženy 29 907



## FINANCOVANIE

Zložka financovanie sa v svojej prvej fáze opiera o finančnú pomoc z externých grantov a výziev. Zároveň využíva štandardné prostriedky sponzorských zdrojov. Tieto zdroje sú určené na finančné zabezpečenie externých dodávateľských prác.

Zdroje nevyužíva na prevádzkové náklady, ale na zvyšovanie kvality projektu jeho obsahu a dopadu.

Prípravný koncept – je potrebné doplniť finančný rozpočet + podporný materiál ako itinerár podujatí, či dramaturgiu akcií. Súčasťou neceneného doplneného materiálu bude aj marketingový mix.

Financovanie Grafika projektu	
Startkit 1x 240,- eur	250
Plagáty A4 x4	80
Infografika 2x (rozmer podľa dát a dohody)	40
Info brožúra projektu A3 - na polovicu čiže 4/4	80
Spracovanie info mapy A0 - slepá mapa doplnená o závery architektov	60
Reklamné tričko cca 100 ks (rôzne veľkosti)	500
Reklamné pero cca 500 ks	250
Rollup - projektu	120
Spracovanie zaverečnej správy - po grafickej stránke	120
	1500

Obsahová správa sociálnych sietí - Facebook	Mesiace	Suma	Spolu
1x post týždenne			
Návrh a spracovanie textácie			
Návrh grafiky - bez tvorby grafiky	10	240	<b>2400</b>
Tvorba typu postov na základe požadovaných KPI			
Reporting - mesačne			
Copywriting - textové úpravy			
Klient dodáva 1x mesačne základný text, ktorý v prejde nasledovnou úpravou:			
Základná úprava miery čitateľnosti			
Formátovanie	10	60	<b>600</b>
Korektúra			
Výber claimov			
Tvorba perexu			
Návrh príspevkov na sociálne siete vychádzajúci z odovzdaných textov			
Reklama a marketing SPOLU			<b>3000</b>