

UNICITIES



DISSEMINATION AND COMMUNICATION PLAN

UniCities: Unlocking the Transformative potential of Ukrainian Universities towards climate neutral and sustainable cities

Project Ref. No.: 101083099 — UNICITIES — ERASMUS-EDU-2022-CBHE

<http://unicities.org.ua>



Co-funded by
the European Union

CO-FUNDED BY THE EUROPEAN UNION. VIEWS AND OPINIONS EXPRESSED ARE HOWEVER THOSE OF THE AUTHOR(S) ONLY AND DO NOT NECESSARILY REFLECT THOSE OF THE EUROPEAN UNION OR THE EUROPEAN EDUCATION AND CULTURE EXECUTIVE AGENCY (EACEA). NEITHER THE EUROPEAN UNION NOR THE GRANTING AUTHORITY CAN BE HELD RESPONSIBLE FOR THEM

Title of deliverable:	D 6.1. Dissemination and Communication Plan
Workpackage	WP6 Dissemination and communication
Project partner responsible for the leading of work package:	ISTU
Editor(s):	Stanislav Kukhtyk, ISTU
Contributor(s):	Olga Kordas, KTH Jaime Moreno Serna, UPM
Reviewer(s):	Veronika Khudolei, ISTU
Approved by:	PET

Version	Date	Revision Description
V.1.0	11-04-2023	Creation of the document
V.2.0	17-05-2023	Approval of the document

Table of Contents

TABLE OF CONTENTS.....	2
EXECUTIVE SUMMARY	3
INTRODUCTION	4
1. PROJECT OVERVIEW.....	4
1.1. BASIC DATA.....	4
1.2. OVERALL OBJECTIVE AND DESIGN OF THE PROJECT	5
1.3. PROJECT SPECIFIC OBJECTIVES	5
1.4. PROJECT DURATION.....	6
2. PARTNERSHIP, WORK-PACKAGES AND DELIVERABLES	7
2.1. LIST OF PARTNER ORGANISATIONS.....	7
2.2. SUMMARY OF WORK PACKAGES	7
2.3. LIST OF DELIVERABLES	8
2.4. THE PROJECT STAKEHOLDERS:.....	9
3. DISSEMINATION STRATEGY	10
3.1. METHODOLOGY.....	10
3.2. TARGET GROUPS AND STAKEHOLDERS	12
4. GUIDELINES FOR DISSEMINATION AND COMMUNICATION	13
4.1. DELIVERABLES RELATED TO WP6	13
4.2. IMPACT	14
4.3. COMMUNICATION CHANNELS AND TOOLS.....	14
4.4. VISUAL IDENTITY.....	14
4.5. PROJECT WEBSITE	15
5. DISSEMINATION STRATEGY FOR SOCIAL MEDIA	16
6. PROMOTIONAL AND COMMUNICATIONAL MATERIALS.....	18
6.1. WHITE PAPER	18
6.2. EVENTS	18
6.3. POSTERS, BANNERS AND BROCHURES	18
6.4. RESULTS FOR FORMATIVE EVALUATION	18
7. MONITORING AND FORMATIVE EVALUATION	20
7.1. PROCESS.....	20
7.2. INDICATORS	20



EXECUTIVE SUMMARY

The objective of this document is to outline a dissemination plan for the activities of the UniCities project. This plan will provide guidance to the project consortium, ensuring a coordinated approach to project implementation by clearly defining its purpose, objectives, and underlying philosophy. It will also serve as a tool to track the dissemination activities of all partners and offer insights into the knowledge and outcomes that will be acquired throughout the project's duration.

Consequently, this document offers comprehensive information on the consortium's strategy to make the project's results accessible to stakeholders and a wider audience. All partners will use this strategy, and the dissemination activities will be carried out throughout the project's lifecycle. Ultimately, this document will enhance dissemination efforts of the UniCities partners, thereby ensuring visibility of the project and sustainability of its outcomes. The Dissemination Plan will undergo regular review and development to ensure the successful implementation of the project.



INTRODUCTION

Effective communication and dissemination play a crucial role in the efficient implementation of a project. This document, identified as the Dissemination Plan (D6.1), outlines the strategy that the project consortium will adopt to ensure the project's dissemination is both effective and sustainable.

This document will serve as a reference for partners to actively engage in the implementation of dissemination and exploitation activities as part of the UNICITIES project. The Dissemination Plan will comprehensively outline the project's philosophy, rationale, identified needs, expected outcomes, and the target beneficiaries of the dissemination process. Additionally, the Plan will identify the strategies, partner responsibilities, and dissemination methods that will be utilized to effectively achieve the project's objectives and engage the intended audience.

Dissemination involves a planned process of sharing information about the quality, relevance, and effectiveness of programme and initiative outcomes with key stakeholders. Completing a Dissemination Plan involves several necessary steps, including defining tangible and intangible products to be disseminated, identifying target groups at national and international levels, aligning messages and products with target categories, establishing measurable indicators, selecting appropriate dissemination tools, assigning partner roles, and setting a timeframe.

When *evaluating* dissemination activities, it is important to consider the outreach and attitudes of different stakeholders towards the Project. Effective dissemination is characterized by target groups being aware of the innovative, high-quality, and impactful potential of project outcomes and the activated processes. While outcomes may not always be replicable, successful processes demonstrate adaptability to different contexts, leading to similar positive results in those contexts.

Sustainability, which relies on more than just the aforementioned strategies, is the result of dissemination and heavily influenced by the sense of ownership among partners and beneficiaries. This understanding enables the selection of dissemination and exploitation targets in the most effective manner.

1. PROJECT OVERVIEW

1.1. Basic Data

UniCities is an institutional cooperation project co-funded by the European Commission in framework of ERASMUS program.

Program: ERASMUS2027, Key Action 2, CBHE

Subprogram: Joint Projects

Project Title: Unlocking the Transformative potential of Ukrainian Universities towards climate neutral and sustainable cities - UniCities

Project Number: 101083099

Project website: <http://unicities.org.ua>

1.2. Overall Objective and Design of the project

The UniCities project is designed to unlock the transformative potential of Ukrainian universities as catalysts and accelerators of systemic change in cities towards sustainability, resilience and climate neutrality. The project is built upon experiences of the impactful multi-stakeholder initiatives Viable Cities (KTH, Sweden) and citiES2030 (UPM, Spain) and expertise of a quadruple-helix partnership in Ukraine consisting of four Ukrainian universities covering complementary areas of education and research, NTUU KPI, CNUT, ISTU and NLUU, as well as societal partners including Association of Ukrainian Cities, CANaction NGO, AESETU – Association of the energy professionals representing major energy companies, and the academic research institute UHMI with focus on climate and environment.

The UniCities project delivers along three pillars of transformation: (i) education innovation, where new interdisciplinary and challenge-driven learning activities will foster a culture of collaborative work across disciplines at partner universities; (ii) structural innovation, where university-city collaboration centers will be established at four Ukrainian universities as innovative intermediaries for multi-stakeholder ecosystems that would reinforce systemic innovation, distributed learning and leadership; and (iii) collaborative portfolio by multi-stakeholder partnerships between Ukrainian universities and societal partners of the project to generate impact towards climate mitigation and adaptation.

In long-run, the project will provide a point of reference, inspire new university-city collaborations in Ukraine and Europe, and inform discussions across the global higher education sector on the transformative role of universities in transition to climate-neutral and sustainable cities.

1.3. Project Specific Objectives

The specific objectives of the project are:

HO1. Help universities and their urban partners to build collaborative capabilities to accelerate climate transition in cities

SO1.1 Develop and facilitate a framework for systematic coordination, management and continuous improvement of university-city collaboration at four Ukrainian Universities

SO1.2. Provide insights and support shared learning from success, failures and obstacles of university-city collaborations in Ukraine, Spain and Sweden

SO1.3. Improve capacity of UniCities partners in systems innovation

HO2. Create innovative intermediate structures for new multi-stakeholder ecosystems at four Ukrainian universities to foster climate and sustainability transition in cities

SO2.1 Initiate and promote an inclusive co-creation process among faculty, students and urban stakeholders to design and nourish university-city collaboration centers at four Ukrainian universities

SO2.2 Establish university-city collaboration centers at four Ukrainian universities

HO3. Provide a neutral and trustful platform for dialogue and co-creation, and facilitate collaborative efforts towards climate neutrality and sustainability between researchers, students, cities, companies and civil society actors

SO3.1. Identify and plan for a transformative portfolio of research, innovation and education activities aimed at climate and sustainability transition in cities in collaboration between faculty, students and professionals

SO3.2. Create a point of reference, inspire new university-city collaborations, and inform discussions across the global higher education sector on the transformative role of universities in transition to climate-neutral and sustainable cities

HO4. Introduce interdisciplinary, challenge-driven and sustainability-oriented courses and learning activities to facilitate deep learning and empower students and stakeholders as sustainability change agents

SO4.1. Create momentum for student engagement through interdisciplinary, multi-stakeholder and challenge-driven summer schools that link architecture, urbanism, sociology, history and policy-making to elaborate strategies for global challenges in different local contexts in the cities of Eastern and Western Europe.

SO4.2. To equip students from different MSc programs with the key concepts, theories and methods within the areas of 'smart and sustainable cities' and 'climate change adaptation and mitigation strategies'

SO4.3. Provide students with hands-on experience in working on real-life challenges in multi-stakeholder settings through challenge-driven project- and MSc thesis work.

1.4. Project Duration

Start date: February 1, 2023

End Date: January 31, 2026

Duration (months): 36

Project Budget: €744 363.00

Maximum EU Grant Amount: €669 927.00

2. PARTNERSHIP, WORK-PACKAGES AND DELIVERABLES

2.1. List of partner organisations

Full partners:

1. KTH Royal Institute of Technology, KTH, Sweden
2. Universidad Politecnica de Madrid, UPM, Spain
3. National Technical University of Ukraine Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, NTUU KPI, Ukraine
4. Chernihiv National University of Technology, CNUT, Ukraine
5. Academician Yuriy Bugay International Scientific and Technical University, ISTU, Ukraine
6. Yaroslav Mudryi National Law University, NLUU, Ukraine
7. Charitable Fund CANactions - CO "CF "CANactions", Ukraine
8. All-Ukrainian Association of Local Government Authorities “Association of Ukrainian Cities” – AUC, Ukraine
9. Public union «Association of the engineers of stable energy technologies of Ukraine», AESETU, Ukraine
10. Ukrainian Research Hydrometeorological Institute, UHMI, Ukraine

2.2. Summary of Work Packages

The project’s activities are clustered into work packages (WP) and the leaderships have been allocated among the partners on the base of their own expertise in order to ensure the achievement of project’s results in line with quality management standards and local ownership of the project results.

WP	Name	Lead
WP1	Project management and quality assurance	KTH
WP2	Capacity building	NTUU KPI
WP3	Design and launch of university-city collaboration centres	CNUT
WP4	Piloting university-city collaboration	ISTU
WP5	Challenge-driven education and student engagement	NLUU
WP6	Dissemination and communication	ISTU

2.3. List of Deliverables

The project aims to produce following deliverables:

WP1: Project management and quality assurance

Deliverable D1.1: Project quality plan (M6)

Deliverable D1.2: Quality report (M36)

Deliverable D1.3: Project Management Plan (M3)

Deliverable D1.4: Consortium agreement (M6)

WP2: Capacity building

Deliverable D2.1: Learning report on university-city collaborative arrangements (M10)

Deliverable D2.2: Study visit to Viable Cities at KTH (M6)

Deliverable D2.3: Study visit to itd UPM (M10)

Deliverable D2.4: Online training session on systems innovation (M13)

WP3: Design and launch of university-city collaboration centres

Deliverable D3.1: Decisions on establishment of administrative units (centers, units within centers) at four Ukrainian universities (M18)

Deliverable D3.2: Launch event for University-City collaboration centers (M18)

WP4: Piloting university-city collaboration

Deliverable D4.1: White paper on the role of universities on transition to climate-neutral cities (M21)

Deliverable D4.2: Sustainability plan (M22)

Deliverable D4.3: Network agreement between centers in Ukraine, Sweden and Spain and the societal partners of UniCities open for relevant organization (M35)

WP5: Challenge-driven education and student engagement

Deliverable D5.1: Two interdisciplinary, challenge-driven summer schools “Shaping urban environments for tomorrow” (M22)

Deliverable D5.2: Interdisciplinary, project-based MSc level course (7,5 ECTS) “Smart Cities and climate adaptation and mitigation strategies” (M36)

Deliverable D5.3: Testimonies by students (M36)

WP6: Dissemination and communication

Deliverable D6.1: Dissemination plan (M6)

Deliverable D6.2: Website and visual identity (M6)

Deliverable D6.3: Social media tailored short videos for awareness campaign (M36)

Deliverable D6.4: Final project conference (M36)

2.4. The project stakeholders:

The project stakeholders are:

- Higher education institutions and academia
- Students
- Officials from cities' local authorities (priority is on the selected Ukrainian cities)
- Policy makers and state servants
- Civil society organizations active in climate change mitigation and adaptation, as well as green reconstruction
- Professional networks, urban stakeholders
- Companies which work with the development of urban environment

3. DISSEMINATION STRATEGY

The dissemination strategy and activities of UniCities adhere to principles and best practices established by the project partners and align with the EC Guidelines for communication and visibility. The primary focus of the overall dissemination strategy is to identify and map target stakeholders, understanding their needs and characteristics, enabling the tailoring of clear and concise messages for different audiences. This approach ensures the use of appropriate and efficient dissemination channels and communication tools, while also driving the development of suitable materials by the target stakeholders. A defined time plan assists in implementing the communication strategy and achieving the dissemination and exploitation objectives throughout the project implementation.

To broaden the project's reach beyond its main categories of stakeholders, liaison and networking activities with other Erasmus+ and EC projects, initiatives, and networks will be established, enhancing the scope and impact of dissemination efforts.

The project's Dissemination Strategy adopts a 4-step methodology that details what, why and how to communicate and disseminate the project's objectives and outcomes.

3.1. Methodology

WHY to disseminate?

Ensuring a high project visibility and encouraging active engagement with key stakeholders are vital aspects in establishing project familiarity and increasing stakeholder awareness. By giving the wider public early insights into future plans and actions, this approach also strengthens collaboration ties with partners and fosters a broader network. In essence, promoting the project's outcomes to stakeholders beyond the project partnership is of utmost importance.

WHAT are the target groups for dissemination and communication?

Once the scope and objectives of dissemination have been determined, the subsequent step involves identifying clusters of primary actors.

The following target audiences are in the focus of the dissemination strategy:

- Higher education institutions and academia
- Students
- Officials from cities' local authorities (priority on the selected Ukrainian cities)
- Civil society organizations active in climate change mitigation and adaptation, as well as green reconstruction
- Professional networks, urban stakeholders
- Companies which work with the development of urban environment

WHAT to disseminate and communicate?

This step involves carefully selecting project information for dissemination, ensuring a clear and straightforward presentation. The following project information will be disseminated to the relevant audiences:

- i) Vision (objectives, strategic relevance of university-city collaboration). Messages will evolve throughout the project timeline and will be periodically reviewed.
- ii) News on achievements, results and lessons learnt. Partners will highlight significant intermediate and final outcomes. This approach aims to attract target audiences for the exploitation of project results.
- iii) Promotion of events and their outcomes. The project's results will be presented at local, national and international events and conferences.

HOW to disseminate?

As the target groups encompass a diverse range of sectors, a tailored dissemination plan is required for each group, considering their varying levels of engagement. Additionally, using new social media platforms (e.g., Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube) and the project's website can significantly contribute not only to disseminating project information and results but also to promoting future collaborations and gathering valuable feedback from participants (students, academia, local authorities, urban professionals etc.), UniCities will develop various materials such as leaflets, brochures, posters, tailored promo-videos, publications, presentations, and newsletters to achieve these objectives.

The project consortium will actively engage in disseminating and communicating the results of the UniCities project. Each partner's planned dissemination activities will ensure widespread distribution of project results among the relevant target communities. By using appropriate timing and communication tools, these activities will also help identify external stakeholders who can contribute additional value to the project's development, implementation, evaluation, and exploitation.

The purpose of consistent and effective communication and reporting is to:

- Facilitate efficient communication between the project coordinator and all project partners regarding general project-related matters.
- Ensure that all partners are thoroughly informed about the current progress status of the project's development.
- Foster active communication among project partners to achieve successful coordination during the implementation of project activities.

The key activities for internal communication are as follows:

- Establishing a mailing list with contact details of all project partners and relevant individuals (with updates throughout the project).
- Formulating communication tools within the Project Management Plan.
- Conducting communication sessions during the project team meetings to identify the most effective communication methods and channels for the project.
- Using an online repository (Google Drive) for project documentation and deliverables.

Internal communication will be facilitated through five primary channels:

- Offline and online meetings will serve as a platform to monitor work plan implementation and make necessary decisions to ensure the project progresses smoothly.

- Online meetings via Zoom or video streaming will be conducted to discuss specific progress and coordinate daily tasks among partners.
- Regular communication between partners, work package leaders, etc., will be maintained through emails and messengers.
- A private online space using a common Google Drive will be used for uploading and exchanging all relevant internal documents.

3.2. Target groups and stakeholders

The primary aim of the dissemination strategy is to inform and engage the target groups while highlighting the activities and results of the project. This approach should be also communicated to both the general public and the media, as they can actively contribute to spreading awareness about the project's impact. Among the general public, stakeholders hold significant importance due to their ability to support and promote project activities, as well as their influence on the project and wider community.

The main target groups of the project are:

- Higher education institutions and academia
- Students
- Officials from cities' local authorities (priority is on the selected Ukrainian cities)
- Civil society organizations active in climate change mitigation and adaptation
- Professional networks, urban stakeholders
- Companies which work with the development of urban environment

4. GUIDELINES FOR DISSEMINATION AND COMMUNICATION

4.1. Deliverables related to WP6

- Deliverable 6.1. Dissemination plan (deadline July 2023)
- Deliverable 6.2. Website and visual identity (deadline July 2023)
- Deliverable 6.3. Social media tailored short videos for awareness campaign (deadline January 2026)
- Deliverable 6.4. Final project conference (deadline January 2026)

Products	Short description
Project events and activities continuous dissemination process	Consistently promoting all project activities and events ensures a sustained focus of beneficiaries and other stakeholders on the transformative processes initiated by the project.
Transition Lab Forum and workshops	Events of blended format to gather stakeholders and wider community for the discussion and awareness campaign on university-city collaboration, climate neutrality of cities, green rebuilding of Ukraine, upskilling professionals, civil servants and academia.
Website	The website of the project to communicate and share information on the results and activities of the project with targeted audiences and wider community.
Facebook, LinkedIn and Twitter accounts	Social media profiles to communicate and share information on the results and activities of the project with targeted audiences and wider community.
Reports and white paper	Project results, such as learning report and white paper on the role of universities on transition to climate-neutral cities, and similar documents, undergo a dissemination phase initially before being utilized in subsequent stages, ensuring their effective exploitation.
Social media tailored short videos	Short videos for awareness campaign via project’s Facebook, LinkedIn and Twitter accounts
University-city collaboration launch event	A distributed hybrid launch event will be organised for all four Universities. The event will be used to ensure visibility for the centers, attract local stakeholders, faculty and students. The event will be used for to kick-off WP4 – piloting for the centers and the partnerships
Final conference	The conference to present the project results for the stakeholders by the end of the project

4.2. Impact

UniCities offers an innovative approach to systemic transformation of universities in Ukraine with the goal of helping them to become accelerators of systemic change in cities towards sustainability, resilience and climate neutrality. This will also help Ukrainian cities achieve carbon neutrality consistent with IPCC direction for climate stability and the national commitments of Ukraine in line with the Paris Agreement.

UniCities will provide a point of reference and inspire new university-city collaborations, and inform discussions across the global higher education sector on the transformative role of universities in transition to climate-neutral and sustainable cities. UniCities will deliver impact along three pillars of transformation:

- (i) education innovation, where new interdisciplinary and challenge-driven learning activities will foster a culture of collaborative work across disciplines at partner universities;
- (ii) structural innovation, where four established university-city collaboration centres as innovative intermediaries for multi-stakeholder ecosystems that would reinforce systemic innovation, distributed learning and leadership;
- (iii) collaborative portfolio by multi-stakeholder partnerships between Ukrainian universities and societal partners of the project will generate impact towards climate mitigation and adaptation.

4.3. Communication channels and tools

A comprehensive range of tools and materials will back all dissemination activities, including visual identity, project website, social media, promotional materials, and communication resources.

4.4. Visual identity

At the project's inception, a selection of the UniCities logo will be organized. All partners will provide feedback on the logo, and the final official project logo will be collectively chosen. The UniCities logo and visual elements will be instrumental in establishing project identity throughout its duration and will be featured in all internal and external communications.

To maintain consistency in visual representation, a series of communication templates will be developed for both internal and external use throughout the project. These templates will include the project logo, European flag and co-funding statement, and the relevant disclaimer. The following templates will be made available:

- Template for reports;
- Template for presentation;
- Template for posters.

4.5. Project website

The project website is <https://www.unicities.org.ua> The website will be in 2 languages: English and Ukrainian. The structure of the website has the following sections such as Project structure, Results, Reports, Research papers, Partners of the consortium, News, EU and UA programmes and initiatives on climate neutrality of cities and other. The project website also has 'Write to us' form and links to project social media profiles with relevant information for dissemination and presence in the digital space. The project website and social media profiles are administered by the WP6 leader. The leader will administer and publish general consortium information of project activities and events, and also gather information from consortium partners. Each Ukrainian project partner will also disseminate information about the project events and activities via their personal channels of communication (e.g. partners' websites and social media profiles).

The Project social media accounts:

<https://www.facebook.com/UniCities.UA>

<https://www.linkedin.com/company/98041784/admin/feed/posts/>

https://twitter.com/UniCities_UA

5. DISSEMINATION STRATEGY FOR SOCIAL MEDIA

ISTU will administer the project website and social networks' accounts. Each partner of the consortium will send the relevant information and documents to WP6 leader to be published regularly at these channels. Social media tailored short videos focused on the project results will be created by December 2025 and distributed to stakeholders and wider community via project website and social networks' accounts.

Social network	Target audience	Pros	Cons
Facebook	Stakeholders and wider community	<p>Project page:</p> <ul style="list-style-type: none"> Unlimited number of followers Easy to administrate Huge coverage of audiences Ads tools for effective targeting of relevant audience Available stats data 	<p>Project page:</p> <ul style="list-style-type: none"> Private messages can only be sent if contacted directly from a follower/user Unilateral communication
Twitter	Stakeholders and wider professional community	<p>Wide Reach: Twitter has a massive user base, allowing to reach project's professional target audience easily. This broad reach increases the potential for our messages, updates, and announcements to be seen by relevant professionals, partners, and influencers.</p> <p>Real-time Communication: Twitter's fast-paced nature makes it an excellent platform for real-time communication. The WP6 lead partner can engage in timely discussions related to climate neutrality of cities, university-city collaboration, etc.</p>	<p>With a constant stream of tweets from various accounts, it can be challenging to keep up with relevant updates and content. Important messages may get lost in the noise, making it difficult for our tweets to stand out and reach our target audience effectively.</p> <p>Twitter's character limit (280 characters) can be a drawback when trying to convey complex or detailed messages. It can be challenging to provide comprehensive information within such constraints, leading to the need for creative and concise communication.</p>

		<p>Project Visibility and Recognition: maintaining an active project account can enhance our project's visibility and recognition.</p> <p>Networking and Relationship Building: Twitter provides ample opportunities for networking and relationship building. Engaging with academia, industry professional, thought leaders, and potential collaborators can lead to valuable partnerships, collaborations, and teaching opportunities.</p>	
LinkedIn	Stakeholders and wider professional community	<p>Access to professional network</p> <p>Focus on professional engagement</p> <p>Showcasing Project Achievements: LinkedIn enables to highlight our project's achievements, progress, and milestones effectively. Sharing updates, results, and success stories on the platform helps increase visibility and demonstrates the impact of our project to a professional audience, potential funders, and other stakeholders. This can lead to increased recognition and support for our project's goals.</p>	<p>Limited to professional target audience</p> <p>Oversaturation of other projects pages and organizations profiles that could lead to our project's posts and updates getting lost in the sea of content, making it challenging to capture the attention of our professional target audience.</p> <p>High percentage of inactive professional individuals on LinkedIn.</p>
YouTube	Stakeholders and wider community	<p>Publication of video content</p> <p>Easy integration and sharing options with other channels of communication</p>	

6. PROMOTIONAL AND COMMUNICATIONAL MATERIALS

6.1. White paper

A White paper on the role of universities on transition to climate-neutral cities will be prepared, published and disseminated among policy-makers, University managers, teachers, researchers, students and practitioners in Ukraine and EU. The white paper would open up discussion forums of relevant community of practice to Ukrainian partners.

6.2. Events

Events play a crucial role in the dissemination and communication strategy of the project. They provide valuable opportunities to showcase project outcomes, engage with stakeholders, and foster collaboration.

Organizing different events during the project lifecycle will help to showcase project results, engage stakeholders, foster networking and knowledge exchange, raise awareness and help to receive feedback and conduct evaluations from participants, enabling project teams to assess the effectiveness of their strategies, make necessary adjustments, and continuously improve the project's dissemination and communication efforts.

It is planned to organize UniCities Transition Lab Forum each year of the project, workshops for partners, University lectures and professionals (at least 1 workshop per year) and 2 summer schools “Shaping urban environment for tomorrow” for students.

6.3. Posters, banners and brochures

Printed and electronic posters, banners, and brochures are valuable tools for effectively disseminating UniCities project's objectives, achievements, and impact. They enhance visibility, facilitate targeted communication, and leave a lasting impression on stakeholders, contributing to the project's overall success in reaching its dissemination goals.

6.4. Results for formative evaluation

- Informative posters, banners and brochures on the project, its objectives, events and activities, branded with UniCities logo and other project visual elements;
- UniCities website to present project deliverables, progress, events, reports, opportunities;
- Social networks UniCities pages and profiles: Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube;
- Social media tailored short videos;
- Local dissemination events by project partners;

UNICITIES

- Networking and meetings with stakeholders at all levels;
- Communication of the project results and events in mass media: articles in newspapers, different digital resources (incl. at EU and UA partner programmes and initiatives);
- Erasmus+ Project Results Platform.

7. MONITORING AND FORMATIVE EVALUATION

7.1. Process

Throughout the project, all partners will engage in dissemination activities, and their impact will be continuously monitored and evaluated using specific indicators. WP6 lead partner will maintain a dedicated archive on project's Google Drive folder, encompassing partnership activities across the different work packages outlined in the proposal. This common folder will facilitate the uploading and downloading of all necessary materials and documents by each partner. Additionally, a dissemination reporting form has been developed and will be used by the consortium partners to track and assess their progress each 6 months of the project duration.

7.2. indicators

Qualitative indicators:

- Improved skills of project partners participants;
- Feedback from students on the developed courses;
- Feedback from participants of the workshops.

Quantitative indicators:

- Number of project partners actively involved in the project management and quality management activities;
- Number of retrained staff within consortium;
- Number of participants of the training session and a sense-making workshop;
- Number of students applied for the developed courses;
- Number of co-creation sessions for setting up strategies and development of joint portfolios;
- Number of summer school students, faculty members and urban stakeholders;
- Number of University-city collaboration centers;
- Number of Universities adopted sustainability plans for University-city collaboration centers;
- Number of students presented a challenge-driven MSc thesis or project work
- Number of white paper downloads.

A sustainability plan for university-city collaboration centers, including initial portfolio of joint efforts, financing plan, and approaches to cultivate trust capital and foster value creation will be developed for each partner University of the consortium (due date November, 2024).

Each partner will be accountable for carrying out the assigned dissemination activities on a national and European level, adhering to the specified methodology. The WP leader will furnish the partners with the required templates to report their outcomes. ISTU will take responsibility for collating the final information from the partners, provided it aligns with the agreed templates and formats, and compiling it into the final report.

ПЛАН ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ

UniCities: Розкриття трансформативного потенціалу українських університетів для розбудови кліматично нейтральних та сталих міст

Номер проєкту.: 101083099 — UNICITIES — ERASMUS-EDU-2022-CBHE

<http://unicities.org.ua>



Co-funded by
the European Union

CO-FUNDED BY THE EUROPEAN UNION. VIEWS AND OPINIONS EXPRESSED ARE HOWEVER THOSE OF THE AUTHOR(S) ONLY AND DO NOT NECESSARILY REFLECT THOSE OF THE EUROPEAN UNION OR THE EUROPEAN EDUCATION AND CULTURE EXECUTIVE AGENCY (EACEA). NEITHER THE EUROPEAN UNION NOR THE GRANTING AUTHORITY CAN BE HELD RESPONSIBLE FOR THEM

Результат:	D 6.1. План поширення інформації та комунікації
Робочий пакет	WR6 Поширення та комунікація
Партнер проєкту, відповідальний за керівництво робочим пакетом:	МНТУ
Редактор(к)и:	Станіслав Кухтик, МНТУ
Автор(к)и:	Ольга Кордас, КТН Хайме Морено Серна, UPM
Рецензент(к)и:	Вероніка Худолей, МНТУ
Затверджено:	РЕТ

Версія	Дата	Ревізія	Опис
V.1.0	11-04-2023		Створення документа
V.2.0	17-05-2023		Затвердження документа

Зміст

ПЛАН ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ	0
ЗМІСТ	2
РЕЗЮМЕ.....	3
ВСТУП.....	4
1. ОГЛЯД ПРОЄКТУ	4
1.1. Основні дані.....	4
1.2. Загальна мета та структура проєкту	5
1.3. Конкретні цілі проєкту.....	5
1.4. Тривалість проєкту	6
2. ПАРТНЕРСТВО, РОБОЧІ ПАКЕТИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ.....	8
2.1. Список партнерських організацій.....	8
2.2. Резюме робочих пакетів	8
2.3. Перелік результатів.....	9
2.4. Зацікавлені сторони проєкту:.....	10
3. СТРАТЕГІЯ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ	11
3.1. Методологія.....	11
3.2. Цільові групи та зацікавлені сторони	13
4. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ.....	14
4.1. Результати, пов'язані з РПБ	14
4.2. Вплив	15
4.3. Канали та інструменти комунікації.....	15
4.4. Візуальна айдентика	15
4.5. Веб-сайт проєкту	16
5. СТРАТЕГІЯ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	17
6. ПРОМОЦІЙНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ	20
6.1. Біла книга	20
6.2. Події.....	20
6.3. Плакати, банери та брошури.....	20
6.4. Результати для формуючого оцінювання	20
7. МОНІТОРИНГ ТА ФОРМУЮЧЕ ОЦІНЮВАННЯ.....	22
7.1. Процес.....	22
7.2. Індикатори.....	22

РЕЗЮМЕ

Мета цього документу - окреслити план поширення інформації про діяльність проекту UniCities. Цей план стане орієнтиром для консорціуму проекту, забезпечуючи скоординований підхід до реалізації проекту, чітко визначаючи його мету, завдання та філософію, що лежить в його основі. Він також слугуватиме інструментом для відстеження інформаційної діяльності всіх партнерів і дасть уявлення про знання та результати, які будуть отримані протягом усього терміну реалізації проекту.

Таким чином, цей документ містить вичерпну інформацію про стратегію консорціуму, спрямовану на те, щоб зробити результати проекту доступними для зацікавлених сторін і широкої аудиторії. Всі партнери будуть використовувати цю стратегію, а діяльність з її поширення буде здійснюватися протягом усього життєвого циклу проекту. Зрештою, цей документ сприятиме посиленню зусиль партнерів проекту UniCities з поширення інформації, тим самим забезпечуючи видимість проекту та сталість його результатів. План поширення інформації та комунікації буде регулярно переглядатися та вдосконалюватися для забезпечення успішної реалізації проекту.

ВСТУП

Ефективна комунікація та поширення інформації відіграють вирішальну роль в ефективній реалізації проєкту. У цьому документі, названому Планом поширення інформації та комунікації (D6.1), викладено стратегію, яку консорціум проєкту прийме для забезпечення ефективного та сталого розповсюдження результатів проєкту.

Цей документ слугуватиме орієнтиром для партнерів для активної участі у впровадженні заходів з розповсюдження та використання результатів проєкту UNICITIES. План розповсюдження всебічно описує філософію проєкту, обґрунтування, визначені потреби, очікувані результати та цільових бенефіціарів процесу поширення інформації про проєкт. Крім того, план визначить стратегії, обов'язки партнерів та методи поширення інформації, які будуть використані для ефективного досягнення цілей проєкту та залучення цільової аудиторії.

Поширення передбачає запланований процес обміну інформацією про якість, актуальність та ефективність результатів програм та ініціатив з ключовими зацікавленими сторонами. Складання плану поширення інформації включає кілька необхідних кроків, зокрема визначення матеріальних і нематеріальних продуктів для розповсюдження, визначення цільових груп на національному та міжнародному рівнях, узгодження повідомлень і продуктів з цільовими категоріями, встановлення вимірювальних індикаторів, вибір відповідних інструментів розповсюдження, розподіл ролей партнерів і встановлення часових рамок.

Оцінюючи діяльність з розповсюдження інформації, важливо враховувати охоплення та ставлення різних зацікавлених сторін до проєкту. Ефективне поширення інформації характеризується тим, що цільові групи усвідомлюють інноваційний, якісний та впливовий потенціал результатів проєкту та активізованих процесів. Хоча результати не завжди можуть бути відтворені, успішні процеси демонструють адаптивність до різних контекстів, що призводить до подібних позитивних результатів у цих контекстах.

Сталість, яка спирається не лише на вищезгадані стратегії, є результатом поширення і значною мірою залежить від почуття причетності партнерів та бенефіціарів. Таке розуміння дає змогу найбільш ефективно обирати цілі розповсюдження та використання.

1. ОГЛЯД ПРОЄКТУ

1.1. Основні дані

UniCities - це проєкт інституційної співпраці, що співфінансується Європейською Комісією в рамках програми ERASMUS.

Програма: ERASMUS2027, Key Action 2, CBHE

Підпрограма: Спільні проєкти

Назва проєкту: Розкриття трансформативного потенціалу українських університетів для розбудови кліматично нейтральних та сталих міст - UniCities

Номер проєкту: 101083099

Веб-сайт проєкту: <http://unicities.org.ua>

1.2. Загальна мета та структура проєкту

Проєкт UniCities покликаний розкрити трансформативний потенціал українських університетів як каталізаторів та прискорювачів системних змін у містах у напрямку сталого розвитку, стійкості та кліматичної нейтральності. Проєкт базується на досвіді успішних багатосторонніх ініціатив Viable Cities (КТН, Швеція) та citiES2030 (UPM, Іспанія), а також на знаннях та напрацюваннях чотиристороннього партнерства в Україні, що складається з чотирьох українських університетів, які охоплюють взаємодоповнюючі сфери освіти та досліджень: НТУУ КПІ, КНУТД, МНТУ та НЮУ імені Ярослава Мудрого, а також громадських партнерів, включаючи Асоціацію міст України, громадську організацію "CANaction", Асоціацію енергетичних професіоналів, що представляють найбільші енергетичні компанії, та академічний науково-дослідний інститут УНМІ, що займається проблемами клімату й екології.

Проєкт UniCities реалізується за трьома основними напрямками трансформації: (i) освітні інновації, де нові міждисциплінарні та орієнтовані на виклики навчальні заходи сприятимуть розвитку культури спільної роботи з різних дисциплін в університетах-партнерах; (ii) структурні інновації, де в чотирьох українських університетах будуть створені центри співпраці між університетами та містами як інноваційні посередники для багатосторонніх екосистем, що сприятимуть системним інноваціям, розподіленому навчанню та лідерству; а також (iii) портфоліо спільних напрацювань у рамках багатосторонніх партнерств між українськими університетами та громадськими партнерами проєкту, спрямованих на пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптацію до них.

У довгостроковій перспективі проєкт стане точкою відліку, надихне на нову співпрацю між університетами та містами в Україні та Європі, а також сприятиме дискусіям у глобальному секторі вищої освіти щодо трансформаційної ролі університетів у переході до кліматично нейтральних та сталих міст.

1.3. Конкретні цілі проєкту

Конкретні цілі проєкту полягають у наступному:

HO1. Допомогти університетам та їх міським партнерам створювати можливості співпраці для прискорення розбудови кліматично нейтральних та сталих міст

SO1.1 Розробити та сприяти структурі систематичної координації, управлінню та постійному вдосконаленню співпраці між університетами та містами в чотирьох українських університетах

SO1.2. Поширювати досвід та підтримувати спільне навчання на основі успіхів, невдач і перешкод у співпраці університетів і міст в Україні, Іспанії та Швеції

SO1.3. Підвищити потенціал партнерів UniCities щодо системних інновацій

HO2. Створити інноваційні структури для нових екосистем із багатьма зацікавленими сторонами в чотирьох українських університетах, щоб сприяти розбудові кліматично нейтральних та сталих міст:

SO2.1 Ініціювати та сприяти інклюзивному процесу творчої співпраці серед науково-педагогічного персоналу, студентів та зацікавлених сторін міст для розробки та підтримки центрів співробітництва між університетами та містами в чотирьох українських університетах

SO2.2 Створити центри співпраці між університетами та містами в чотирьох українських університетах

HO3. Забезпечити нейтральну та побудовану на довірі платформу для діалогу та творчої співпраці, а також сприяти спільним зусиллям дослідників, студентів, представників міст, компаній та громадянського суспільства щодо розбудови кліматично нейтральних та сталих міст:

SO3.1. Визначити та спланувати трансформативний портфоліо дослідницьких, інноваційних та освітніх заходів, спрямованих на покращення кліматичної ситуації та сталого розвитку в містах у співпраці між науково-педагогічним персоналом, студентами та професіоналами

SO3.2. Створити джерело передового досвіду, надихнути на нову співпрацю між університетами та містами та стимулювати дискусії в глобальному секторі вищої освіти щодо трансформативної ролі університетів у розбудові кліматично нейтральних та сталих міст

HO4. Запровадити міждисциплінарні курси та навчальні заходи, орієнтовані на вирішення проблем сталого розвитку для сприяння поглибленому навчанню і розширенню можливостей студентів та зацікавлених сторін як агентів змін у суспільстві:

SO4.1. Створити стимул для залучення студентів через міждисциплінарні, та орієнтовані на виклики суспільства літні школи за участі різних акторів, які поєднують архітектуру, урбаністику, соціологію, історію та формування політики для розробки стратегій для глобальних викликів у містах Східної та Західної Європи

SO4.2. Забезпечити студентів різних магістерських програм розумінням та навичками використання ключових концепцій, теорій та методів в області «розумних і сталих міст» і «стратегій пом'якшення та адаптації до зміни клімату»

SO4.3. Надати студентам практичний досвід роботи над реальними викликами суспільства із залученням багатьох зацікавлених сторін за допомогою проектних та дипломних робіт, орієнтованих на виклики суспільства.

1.4. Тривалість проєкту

Дата початку:	Лютий 1, 2023
Дата закінчення:	Січень 31, 2026
Тривалість (місяці):	36



Бюджет проекту: €744 363.00

Максимална сума гранту ЕС: €669 927.00

2. ПАРТНЕРСТВО, РОБОЧІ ПАКЕТИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ

2.1. Список партнерських організацій

Повноправні партнери:

1. КТН Королівський технологічний інститут, КТН, Швеція
2. Мадридський політехнічний університет, UPM, Іспанія
3. Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського", НТУУ КПІ, Україна
4. Національний університет «Чернігівська політехніка», НУ «Чернігівська політехніка», Україна
5. Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая, МНТУ, Україна
6. Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, НЮУ, Україна
7. Благодійний фонд CANactions - БО "БФ "CANactions", Україна
8. Всеукраїнська асоціація органів місцевого самоврядування "Асоціація міст України" - АМУ, Україна
9. Громадська спілка "Асоціація інженерів з енергозберігаючих технологій України", АЕSETU, Україна
10. Український науково-дослідний гідрометеорологічний інститут, УНДІ, Україна

2.2. Резюме робочих пакетів

Діяльність проекту об'єднана в робочі пакети (РП), а керівництво розподілено між партнерами на основі їхнього власного досвіду з метою забезпечення досягнення результатів проекту відповідно до стандартів управління якістю та місцевої відповідальності за результати проекту.

РП	Назва	Lead
РП1	Управління проектами та забезпечення якості	КТН
РП2	Розбудова потенціалу	НТУУ КПІ
РП3	Створення та запуск центрів співпраці між університетами та містами	КНУТД
РП4	Пілотна співпраця між університетами та містами	МНТУ
РП5	Навчання, орієнтоване на	НЮУ

	виклики, та залучення студентів	
РП6	Поширення інформації та комунікація	МНТУ

2.3. Перелік результатів

Проект має на меті досягти наступних результатів:

РП1: Управління проектами та забезпечення якості

Результат D1.1: План якості проекту (М6)

Результат D1.2: Звіт з якості (М36)

Результат D1.3: План управління проектом (М3)

Результат D1.4: Угода про створення консорціуму (М6)

РП2: Розбудова потенціалу

Результат D2.1: Навчальний звіт щодо механізмів співпраці між університетами та містами (М10)

Результат D2.2: Навчальний візит до програми Viable Cities в КТН (М6)

Результат D2.3: Навчальний візит до ITD UPM (М10)

Результат D2.4: Онлайн-тренінг з системних інновацій (М13)

РП3: Створення та запуск центрів співпраці між університетами та містами

Результат D3.1: Рішення про створення адміністративних одиниць (центрів, підрозділів у складі центрів) у чотирьох українських університетах (М18)

Результат D3.2: Запуск центрів співпраці "Університет-місто" (М18)

РП4: Пілотна співпраця між університетами та містами

Результат D4.1: Біла книга про роль університетів у переході до кліматично нейтральних міст (М21)

Результат D4.2: План сталого розвитку (М22)

Результат D4.3: Мережева угода між центрами в Україні, Швеції та Іспанії та громадськими партнерами UniCities, відкрита для відповідних організацій (М35)

РП5: Навчання, орієнтоване на виклики, та залучення студентів

Результат D5.1: Дві міждисциплінарні літні школи "Формування міського середовища для завтрашнього дня" (М22)

Результат D5.2: Міждисциплінарний, проектний курс магістерського рівня (7,5 ECTS) "Розумні міста та стратегії адаптації до зміни клімату і пом'якшення наслідків" (М36)

Результат D5.3: Відгуки студентів (М36)

РП6: Поширення інформації та комунікація

Результат D6.1: План поширення інформації та комунікації (M6)

Результат D6.2: Веб-сайт та візуальна ідентичність (M6)

Результат D6.3: Короткі відеоролики для інформаційної кампанії в соціальних мережах (M36)

Результат D6.4: Фінальна конференція проєкту (M36)

2.4. Зацікавлені сторони проєкту:

Зацікавлені сторони проєкту:

- Заклади вищої освіти та науковці
- Студенти
- Представники органів місцевого самоврядування (пріоритет надається обраним містам України)
- Політики та державні службовці
- Організації громадянського суспільства, що займаються питаннями пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптації до них, а також зеленої реконструкції
- Професійні мережі, міські стейкхолдери
- Компанії, які працюють з розвитком міського середовища

3. СТРАТЕГІЯ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Стратегія поширення інформації та діяльність проєкту UniCities відповідає принципам і найкращим практикам, встановленим партнерами проєкту, та узгоджується з Керівними принципами ЄС у сфері комунікації та візуалізації. Основна увага в загальній стратегії поширення інформації зосереджена на визначенні та картографуванні цільових зацікавлених сторін, розумінні їхніх потреб та особливостей, що дає змогу підготувати чіткі та стислі повідомлення для різних аудиторій. Такий підхід забезпечує використання належних та ефективних каналів розповсюдження інформації та інструментів комунікації, а також стимулює розробку відповідних матеріалів цільовими зацікавленими сторонами. Визначений план-графік допомагає реалізувати комунікаційну стратегію і досягти цілей поширення та використання результатів проєкту протягом усього періоду його реалізації.

Щоб розширити охоплення проєкту за межі основних категорій зацікавлених сторін, буде налагоджено зв'язок та мережеву діяльність з іншими проєктами, ініціативами та мережами Еразмус+ та ЄС, що збільшить обсяг та вплив зусиль з розповсюдження інформації. Стратегія поширення інформації проєкту передбачає 4-етапну методологію, яка детально описує, що, чому і як буде повідомлятися і поширюватися про цілі та результати проєкту.

3.1. Методологія

НАВІЩО поширювати?

Забезпечення високої видимості проєкту та заохочення активної взаємодії з ключовими зацікавленими сторонами є життєво важливими аспектами для ознайомлення з проєктом та підвищення обізнаності зацікавлених сторін. Надаючи широкій громадськості раннє уявлення про майбутні плани та дії, такий підхід також зміцнює зв'язки співпраці з партнерами та сприяє розширенню мережі. По суті, просування результатів проєкту серед зацікавлених сторін, які не є партнерами проєкту, є надзвичайно важливим.

Якими є цільові групи для поширення та комунікації?

Після визначення обсягу та цілей розповсюдження інформації наступним кроком є визначення кластерів основних суб'єктів.

Наступні цільові аудиторії знаходяться у фокусі стратегії розповсюдження:

- Заклади вищої освіти та науковці
- Студенти
- Представники органів місцевого самоврядування міст (пріоритет - обрані міста України)
- Організації громадянського суспільства, що працюють у сфері пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптації до них, а також зеленої реконструкції
- Професійні мережі, міські стейкхолдери
- Компанії, які працюють з розвитком міського середовища

ЩО поширювати та комунікувати?

Цей крок передбачає ретельний відбір інформації про проєкт для розповсюдження, забезпечення чіткої та зрозумілої презентації. Наступна інформація про проєкт буде поширюватися серед відповідних аудиторій:

- i) Бачення (цілі, стратегічне значення співпраці між університетами та містами). Повідомлення будуть змінюватися протягом усього терміну реалізації проєкту і періодично переглядатися.
- ii) Новини про досягнення, результати та отримані уроки. Партнери висвітлюватимуть важливі проміжні та кінцеві результати. Цей підхід спрямований на залучення цільових аудиторій до використання результатів проєкту.
- iii) Популяризація заходів та їхніх результатів. Результати проєкту будуть представлені на місцевих, національних та міжнародних заходах і конференціях.

ЯК поширювати?

Оскільки цільові групи охоплюють різноманітні сектори, для кожної групи потрібен індивідуальний план поширення інформації, враховуючи різний рівень їхньої участі. Крім того, використання нових соціальних медіа-платформ (наприклад, Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube) та веб-сайту проєкту може суттєво сприяти не лише поширенню інформації про проєкт та його результати, але й просуванню майбутньої співпраці та збору цінних відгуків від учасників (студентів, науковців, представників місцевої влади, фахівців у сфері міського господарства тощо). Для досягнення цих цілей проєкт UniCities розробить різноманітні матеріали, такі як листівки, брошури, плакати, спеціальні рекламні відеоролики, публікації, презентації та інформаційні бюлетені.

Проєктний консорціум буде активно долучатися до розповсюдження та комунікації результатів проєкту UniCities. Запланована діяльність кожного партнера з розповсюдження інформації забезпечить широке розповсюдження результатів проєкту серед відповідних цільових громад. Завдяки використанню відповідних часових та комунікаційних інструментів, ці заходи також допоможуть визначити зовнішні зацікавлені сторони, які можуть зробити додатковий внесок у розробку, впровадження, оцінку та використання результатів проєкту.

Метою послідовної та ефективної комунікації та звітування є

- Сприяти ефективній комунікації між координатором проєкту та всіма партнерами проєкту щодо загальних питань, пов'язаних з проєктом.
- Забезпечити ретельне інформування всіх партнерів про поточний стан розвитку проєкту.
- Сприяти активній комунікації між партнерами проєкту для досягнення успішної координації під час реалізації заходів проєкту.

Ключовими заходами для внутрішньої комунікації є наступні:

- Створення списку розсилки з контактними даними всіх партнерів проєкту та відповідних осіб (з оновленням протягом усього проєкту).
- Розробка комунікаційних інструментів в рамках Плану управління проєктом.

- Проведення комунікаційних сесій під час зустрічей проєктної команди для визначення найбільш ефективних методів і каналів комунікації для проєкту.
- Використання онлайн-репозиторію (Google Drive) для зберігання проєктної документації та результатів.

Внутрішня комунікація здійснюватиметься через п'ять основних каналів:

- Офлайн та онлайн зустрічі слугуватимуть платформою для моніторингу виконання робочого плану та прийняття необхідних рішень для забезпечення безперебійного прогресу проєкту.
- Онлайн-зустрічі через Zoom або відеопотоки будуть проводитися для обговорення конкретного прогресу та координації щоденних завдань між партнерами.
- Регулярна комунікація між партнерами, керівниками робочих пакетів тощо підтримуватиметься за допомогою електронних листів та месенджерів.
- Для завантаження та обміну всіма необхідними внутрішніми документами буде використовуватися приватний онлайн-простір на спільному Google Диску.

3.2. Цільові групи та зацікавлені сторони

Основною метою стратегії поширення інформації є інформування та залучення цільових груп, а також висвітлення діяльності та результатів проєкту. Цей підхід також має бути донесений до широкої громадськості та ЗМІ, оскільки вони можуть активно сприяти поширенню інформації про вплив проєкту. Серед широкої громадськості зацікавлені сторони відіграють важливу роль завдяки їхній здатності підтримувати і просувати діяльність проєкту, а також їхньому впливу на проєкт і суспільство в цілому.

Основними цільовими групами проєкту є:

- Заклади вищої освіти та науковці
- Студенти
- Представники органів місцевого самоврядування міст (пріоритет надається обраним містам України)
- Організації громадянського суспільства, що працюють у сфері пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптації до них
- Професійні мережі, міські стейкхолдери
- Компанії, які працюють з розвитком міського середовища

4. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ

4.1. Результати, пов'язані з РП6

- Результат 6.1. План поширення інформації та комунікації (кінцевий термін - липень 2023р)
- Результат 6.2. Веб-сайт та візуальна ідентичність (кінцевий термін - липень 2023 року)
- Результат 6.3. Короткі відеоролики для інформаційної кампанії в соціальних мережах (кінцевий термін - січень 2026 р.)
- Результат 6.4. Фінальна конференція проєкту (кінцевий термін - січень 2026 року)

Продукти	Короткий опис
Події та заходи проєкту - безперервний процес поширення інформації	Послідовне просування всіх заходів та подій проєкту забезпечує постійну увагу бенефіціарів та інших зацікавлених сторін до трансформаційних процесів, ініційованих проєктом.
Transition Lab Forum та воркшопи	Заходи змішаного формату для залучення зацікавлених сторін та широкої громадськості до обговорення та інформаційної кампанії щодо співпраці університетів та міст, кліматичної нейтральності міст, зеленої перебудови України, підвищення кваліфікації професіоналів, державних службовців та науковців.
Веб-сайт	Веб-сайт проєкту для комунікації та обміну інформацією про результати та діяльність проєкту з цільовими аудиторіями та широкою громадськістю.
Акаунти у Facebook, LinkedIn та Twitter	Профілі в соціальних мережах для спілкування та обміну інформацією про результати та діяльність проєкту з цільовою аудиторією та широкою громадськістю.
Звіти та білі книги	Результати проєкту, такі як навчальний звіт та біла книга про роль університетів у переході до кліматично нейтральних міст, а також подібні документи, проходять етап розповсюдження перед використанням на наступних етапах, що забезпечує їх ефективне використання.
Короткі відеоролики для соціальних мереж	Короткі відеоролики для інформаційної кампанії через акаунти проєкту у Facebook, LinkedIn та Twitter
Початок співпраці між університетами та містами	Для всіх чотирьох університетів буде організовано розподілений гібридний захід з нагоди запуску проєкту. Захід буде використано для забезпечення видимості центрів, залучення місцевих зацікавлених сторін, викладачів та студентів. Захід буде використаний для запуску РП4 - пілотування для центрів та партнерств

4.2. Вплив

UniCities пропонує інноваційний підхід до системної трансформації університетів в Україні з метою допомогти їм стати прискорювачами системних змін у містах у напрямку сталості, стійкості та кліматичної нейтральності. Це також допоможе українським містам досягти вуглецевої нейтральності відповідно до напряму МГЕЗК щодо кліматичної стабільності та національних зобов'язань України згідно з Паризькою угодою.

Університети стануть відправною точкою та надихатимуть на нову співпрацю між університетами та містами, а також сприятимуть дискусіям у глобальному секторі вищої освіти щодо трансформаційної ролі університетів у переході до кліматично нейтральних та сталих міст. Ініціатива UniCities впливатиме на три основні напрямки трансформації:

(i) освітні інновації, де нові міждисциплінарні та орієнтовані на виклики навчальні заходи сприятимуть розвитку культури спільної роботи з різних дисциплін в університетах-партнерах

(ii) структурні інновації, де чотири створені центри співпраці між університетами та містами є інноваційними посередниками для багатосторонніх екосистем, що сприятимуть системним інноваціям, розподіленому навчанню та лідерству;

(iii) портфолію спільних розробок шляхом багатостороннього партнерства між українськими університетами та громадськими партнерами проєкту, що сприятиме пом'якшенню наслідків зміни клімату та адаптації до них.

4.3. Канали та інструменти комунікації

Широкий спектр інструментів та матеріалів буде підтримувати всі заходи з розповсюдження інформації, включаючи візуальну ідентичність, веб-сайт проєкту, соціальні мережі, рекламні матеріали та комунікаційні ресурси.

4.4. Візуальна айдентика

На початку проєкту буде організовано конкурс на кращий логотип проєкту UniCities. Всі партнери нададуть свої пропозиції щодо логотипу, і остаточний офіційний логотип проєкту буде обрано колективно. Логотип та візуальні елементи проєкту UniCities відіграватимуть важливу роль у створенні ідентичності проєкту протягом усього періоду його реалізації та будуть використовуватися у всіх внутрішніх та зовнішніх комунікаціях.

Для підтримки послідовності у візуальному представленні буде розроблено низку комунікаційних шаблонів для внутрішнього та зовнішнього використання впродовж усього проекту. Ці шаблони включатимуть логотип проекту, європейський прапор і заяву про співфінансування, а також відповідне застереження. Наступні шаблони будуть доступні:

- Шаблон для звітів;
- Шаблон для презентації;
- Шаблон для плакатів.

4.5. Веб-сайт проекту

Веб-сайт проекту: <https://www.unicities.org.ua>. Веб-сайт буде працювати на 2 мовах: англійською та українською. Структура веб-сайту містить такі розділи: "Структура проекту", "Результати", "Звіти", "Дослідницькі роботи", "Партнери консорціуму", "Новини", "Програми та ініціативи ЄС та України щодо кліматичної нейтральності міст" та інші. На сайті проекту також є форма "Напишіть нам" та посилання на профілі проекту в соціальних мережах з актуальною інформацією для поширення та присутності в цифровому просторі. Веб-сайт проекту та профілі в соціальних мережах адмініструє керівник РПБ. Лідер адмініструватиме та публікуватиме загальну інформацію консорціуму про діяльність та заходи проекту, а також збиратиме інформацію від партнерів консорціуму. Кожен український партнер проекту також поширюватиме інформацію про події та заходи проекту через свої особисті канали комунікації (наприклад, веб-сайти партнерів та профілі в соціальних мережах).

Профілі проекту в соціальних мережах:

<https://www.facebook.com/UniCities.UA>

<https://www.linkedin.com/company/98041784/admin/feed/posts/>

https://twitter.com/UniCities_UA

5. СТРАТЕГІЯ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

МНТУ буде адмініструвати веб-сайт проєкту та профілі в соціальних мережах. Кожен партнер консорціуму надсилатиме відповідну інформацію та документи керівнику РПБ для регулярної публікації на цих каналах. До грудня 2025 року будуть створені адаптовані для соціальних мереж короткі відеоролики, присвячені результатам проєкту, які будуть поширюватися серед зацікавлених сторін і широкої громадськості через веб-сайт проєкту та акаунти в соціальних мережах.

Соціальна мережа	Цільова аудиторія	Плюси	Мінуси
Facebook	Зацікавлені сторони та широка громадськість	<p>Сторінка проєкту:</p> <ul style="list-style-type: none"> Необмежена кількість підписників Легко адмініструвати Величезне охоплення аудиторії Рекламні інструменти для ефективного таргетингу на релевантну аудиторію Доступні статистичні дані 	<p>Сторінка проєкту:</p> <ul style="list-style-type: none"> Приватні повідомлення можна надсилати лише у випадку, якщо до вас звернувся безпосередньо підписник/користувач Одностороннє спілкування
Twitter	Зацікавлені сторони та широка громадськість	<p>Широке охоплення: Twitter має величезну базу користувачів, що дозволяє легко охопити професійну цільову аудиторію проєкту. Таке широке охоплення збільшує ймовірність того, що наші повідомлення, оновлення та анонси побачать відповідні фахівці, партнери та впливові особи.</p> <p>Комунікація в режимі реального часу: Швидка динаміка Твіттера робить його чудовою платформою для спілкування в режимі реального часу. Провідний</p>	<p>В умовах постійного потоку твітів від різних акаунтів може бути складно відстежувати актуальні оновлення та контент. Важливі повідомлення можуть загубитися в шумі, що ускладнює виділення наших твітів та ефективно охоплення цільової аудиторії.</p> <p>Обмеження на кількість символів у Твіттері (280 символів) може бути недоліком, коли ми намагаємося передати складні або детальні</p>

		<p>партнер РПБ може брати участь у своєчасних дискусіях, пов'язаних з кліматичною нейтральністю міст, співпрацею між університетами та містами тощо.</p> <p>Видимість і визнання проекту: ведення активного проектного акаунту може підвищити видимість і визнання нашого проекту.</p> <p>Нетворкінг та побудова відносин: Твіттер надає широкі можливості для нетворкінгу та побудови відносин. Спілкування з науковцями, професіоналами галузі, лідерами думок та потенційними співробітниками може призвести до цінних партнерств, співпраці та можливостей для викладання.</p>	<p>повідомлення. Надати вичерпну інформацію в рамках таких обмежень може бути складно, що призводить до необхідності творчого та лаконічного спілкування.</p>
LinkedIn	<p>Зацікавлені сторони та широка професійна спільнота</p>	<p>Доступ до професійної мережі</p> <p>Зосередженість на професійному залученні</p> <p>Демонстрація досягнень проекту: LinkedIn дозволяє ефективно висвітлювати досягнення, прогрес та етапи нашого проекту. Обмін оновленнями, результатами та історіями успіху на платформі допомагає підвищити видимість і демонструє вплив нашого проекту для професійної аудиторії, потенційних спонсорів та інших зацікавлених сторін. Це може</p>	<p>Обмеженість професійною цільовою аудиторією</p> <p>Перенасиченість сторінок інших проектів та профілів організацій, що може призвести до того, що дописи та оновлення нашого проекту загубляться в морі контенту, що ускладнить привернення уваги нашої професійної цільової аудиторії.</p> <p>Високий відсоток неактивних професіоналів у LinkedIn.</p>

UNICITIES

		призвести до більшого визнання та підтримки цілей нашого проєкту.	
YouTube	Зацікавлені сторони та широка громадськість	Публікація відеоконтенту Легка інтеграція та можливості обміну з іншими каналами комунікації	

6. ПРОМОЦІЙНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ

6.1. Біла книга

Біла книга про роль університетів у переході до кліматично нейтральних міст буде підготовлена, опублікована та поширена серед політиків, керівників університетів, викладачів, дослідників, студентів та практиків в Україні та ЄС. Біла книга відкриє українським партнерам дискусійні форуми відповідної спільноти практиків.

6.2. Події

Заходи відіграють вирішальну роль у поширенні інформації та комунікаційній стратегії проекту. Вони надають цінні можливості для демонстрації результатів проекту, залучення зацікавлених сторін та сприяння співпраці.

Організація різних заходів протягом життєвого циклу проекту допоможе продемонструвати результати проекту, залучити зацікавлені сторони, сприяти налагодженню зв'язків та обміну знаннями, підвищити обізнаність, а також допоможе отримати зворотній зв'язок та провести оцінку від учасників, що дасть змогу проектним командам оцінити ефективність своїх стратегій, внести необхідні корективи та постійно вдосконалювати зусилля з поширення інформації та комунікації в рамках проекту.

Планується організувати UniCities Transition Lab Forum щороку в рамках проекту, семінари для партнерів, лекції викладачів та фахівців університету (щонайменше 1 семінар на рік) та 2 літні школи "Формування міського середовища для завтрашнього дня" для студентів.

6.3. Плакати, банери та брошури

Друковані та електронні плакати, банери та брошури є цінними інструментами для ефективного поширення інформації про цілі, досягнення та вплив проекту UniCities. Вони підвищують наочність, сприяють цілеспрямованій комунікації та залишають незабутнє враження у зацікавлених сторін, сприяючи загальному успіху проекту в досягненні його цілей поширення інформації.

6.4. Результати для формуючого оцінювання

- Інформаційні плакати, банери та брошури про проект, його цілі, події та заходи, брендovanі логотипом UniCities та іншими візуальними елементами проекту;
- Веб-сайт проекту UniCities для представлення результатів проекту, прогресу, подій, звітів, можливостей;

UNICITIES

- Сторінки та профілі проєкту в соціальних мережах: Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube;
- Короткі відеоролики для соціальних мереж;
- Місцеві інформаційні заходи, що проводяться партнерами проєкту;
- Нетворкінг та зустрічі із зацікавленими сторонами на всіх рівнях;
- Інформування про результати проєкту та події в ЗМІ: статті в газетах, різні цифрові ресурси (в т.ч. на партнерських програмах та ініціативах ЄС та України);
- Платформа результатів проєкту Еразмус+.

7. МОНІТОРИНГ ТА ФОРМУЮЧЕ ОЦІНЮВАННЯ

7.1. Процес

Протягом усього проєкту всі партнери братимуть участь у заходах з розповсюдження інформації, а їхній вплив буде постійно відстежуватися та оцінюватися за допомогою спеціальних індикаторів. Головний партнер РПБ буде підтримувати спеціальний архів у папці проєкту на Google Диску, що охоплюватиме партнерську діяльність за різними робочими пакетами, викладеними в проєктній заявці. Ця спільна папка полегшить завантаження і вивантаження всіх необхідних матеріалів і документів кожним партнером. Крім того, була розроблена форма звітності з розповсюдження інформації, яка буде використовуватися партнерами консорціуму для відстеження та оцінки їхнього прогресу кожні 6 місяців протягом тривалості проєкту.

7.2. Індикатори

Якісні показники:

- Підвищення кваліфікації учасників проєкту з числа партнерів;
- Відгуки студентів про розроблені курси;
- Зворотній зв'язок від учасників воркшопів.

Кількісні показники:

- Кількість партнерів проєкту, які беруть активну участь в управлінні проєктом та діяльності з управління якістю;
- Кількість перепідготовленого персоналу в рамках консорціуму;
- Кількість учасників навчальної сесії та семінару з осмислення;
- Кількість студентів, які подали заявки на розроблені курси;
- Кількість сесій співтворчості для створення стратегій та розробки спільних портфоліо;
- Кількість студентів, викладачів та міських стейкхолдерів літніх шкіл;
- Кількість центрів співпраці між університетами та містами;
- Кількість університетів, які прийняли плани сталого розвитку для центрів співпраці між університетами та містами;
- Кількість студентів, які захистили магістерські дисертації або проєкти, орієнтовані на вирішення проблем
- Кількість завантажень білих книг.

Для кожного університету-партнера консорціуму буде розроблено план сталого розвитку центрів співпраці між університетами та містами, включаючи початковий портфель спільних проєктів, план фінансування та підходи до формування довірчого капіталу та сприяння створенню цінності (кінцевий термін - листопад 2024 р.).

Кожен партнер буде нести відповідальність за проведення призначених заходів з поширення інформації на національному та європейському рівнях, дотримуючись визначеної методології.

UNICITIES

Керівник РП надасть партнерам необхідні шаблони для звітування про результати. МНТУ відповідатиме за узагальнення остаточної інформації від партнерів, за умови, що вона відповідає узгодженим шаблонам і форматам, а також за її включення до остаточного звіту.

