

# Projektna diseminacija kao vrsta PR-a na projektima

---

**Plančić, Vanessa**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:487824>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-06-24**

*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
*Zaprešić*

**Preddiplomski stručni studij**  
**Poslovanje i upravljanje**

**VANESSA PLANINČIĆ**

**PROJEKTNA DISEMINACIJA KAO VRSTA PR-A NA**  
**PROJEKTIMA**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**Zaprešić, 2022. Godine**

**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
Zaprešić

**Preddiplomski stručni studij**  
**Poslovanje i upravljanje**

**Usmjerenje Menadžment uredskog poslovanja**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**PROJEKTNA DISEMINACIJA KAO VRSTA PR-A NA**  
**PROJEKTIMA**

**Mentor:**  
**dr. sc. Stjepan Lacković prof. v. š.**

**Naziv kolegija:**  
**ODNOSI S JAVNOŠĆU**

**Studentica:**  
**Vanessa Planinčić**

**JMBAG studenta:**  
**0234058276**

## SADRŽAJ

SAŽETAK .....	1
ABSTRACT.....	2
1. UVOD.....	3
2. EUROPSKI FONDOVI.....	4
2.1. EUROPSKI SOCIJALNI FOND .....	5
2.2. OPERATIVNI PROGRAM UČINKOVITI LJUDSKI POTENCIJALI .....	6
3. EUROPSKI PROJEKTI.....	8
3.1. VRSTE PROJEKATA KOJE SE FINANCIRAJU IZ EU FONDOVA.....	9
4. DISEMINACIJA.....	11
4.2. PLAN DISEMINACIJE.....	13
5. PR.....	15
5.1. DISEMINACIJA KAO VRSTA PR-a.....	17
5.2. EU VIDLJIVOST.....	17
5.2.1. OSNOVNI ELEMENTI VIDLJIVOSTI .....	17
6. PROJEKTNNA DISEMINACIJA NA PRIMJERU GDCK-A SAMOBOR .....	19
6.1. DISEMINACIJA NA PRIMJERU PROJEKATA .....	20
6.1.1. GERO CENTAR CRVENOG KRIŽA SAMOBOR .....	20
6.1.2. HIŽA CRVENOG KRIŽA .....	22
7. ZAKLJUČAK.....	26
8. IZJAVA.....	27
9. POPIS LITERATURE:.....	28
9.1. KNJIGE I ČLANCI.....	28
9.2. INTERNETSKI IZVORI .....	28
9.3. ZAKONI I DRUGI PROPISI.....	29
10. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA:.....	30
11. ŽIVOTOPIS.....	31

## **SAŽETAK**

Ulaskom u Europsku uniju, Republici Hrvatskoj omogućeno je korištenje programa i sredstava iz Europskih fondova koji su jedan od glavnih financijskih instrumenata kojima Europska unija nastoji ispuniti jedan od svojih ciljeva, a to je poticanje razvoja i unaprjeđenja svojih država članica. Strateški ciljevi se financiraju instrumentima koje čine Europski strukturni i investicijski fondovi Europski fond za regionalni razvoj, Kohezijski fond, Europski socijalni fond, Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj i Europski fond za pomorstvo i ribarstvo.

Financiranje je omogućeno kroz nekoliko kategorija od kojih je najčešća prijava određenog projekta na javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava, koji je otvoren za brojne organizacije, tijela javne vlasti, poslovni sektori, korporacije i dr.

Ponajprije će se objasniti pojmovi diseminacije i PR-a, potom njihova važnost i uloga u sklopu projekata financiranih iz europskih fondova s obzirom na to da je tijekom pisanja projektnih prijedloga jedan od važnijih elemenata diseminacija kao metoda PR-a kako bi se proširila informacija i svijest o nekom projektu i izvoru financiranja kao i samim projektnim aktivnostima.

U ovom radu obradit će se tema projektne diseminacije kao metode PR-a na primjeru europskih projekata koje provodi Gradsko društvo Crvenog križa Samobor. Poblježe će se opisati europski fondovi, operativni programi, projektni ciklus, EU vidljivost i diseminacijske aktivnosti na projektima Gero centar Crvenog križa Samobor i Hiža Crvenog križa.

**Ključne riječi:** Europska unija, europski fonovi, europski projekti, diseminacija, PR

## **ABSTRACT**

By joining the European Union, the Republic of Croatia has been enabled to use programs and funding from European funds that are one of the main financial instruments with which the European Union seeks to fulfill one of its goals, which is to encourage the development and improvement of its member states.

The strategic goals are financed by instruments made up of The European structural and investment funds which are: the European regional development fund, the Cohesion fund the European social fund, the European agricultural fund for rural development and the European maritime and fisheries fund. Financing is possible through several categories, the most common of which is the application of a specific project to the public call for grants, which is open to numerous organizations, public authorities, business sectors, corporations, etc.

On the one hand, the concepts of dissemination and PR will be explained, then their importance and role within projects financed from European funds, considering that during the writing of project proposals, one of the most important elements is dissemination as a method of PR in order to spread information and awareness about some project and the source of financing as well as the project activities themselves. In this paper, the topic of project dissemination as a method of PR will be discussed on the example of European projects implemented by the City Society of the Red Cross Samobor.

European funds, operational programs, project cycle, EU visibility and dissemination activities on the Gero Centar Crvenog križa Samobor and Hiža Crvenog križa projects will be described in detail.

**Key words:** European Union, European funds, European projects, dissemination, PR

## 1. UVOD

1. srpnja 2013. godine Republika Hrvatska postala je članica Europske unije te je time počela koristiti programe Europske unije. Kako se njen ulazak desio na samom kraju programskog razdoblja (2007.-2013.) novo programsko razdoblje (2014.-2020.) bilo je od ključnog značaja za pripremu i provedbu projekata koji su se prijavljivali za sufinanciranje iz EU fondova (Tufekčić, Tufekčić, 2013:7).

Zahvaljujući europskim fondovima, u Hrvatskoj su omogućene nove poslovne mogućnosti tvrtkama i građanima, ulagana su sredstva u tehnološki razvoj, znanstvena istraživanja i inovacije – temelj za razvoj gospodarstva i jačanje konkurentnosti, obnavljana je kulturna baština i očuvana ona prirodna, građena je nova prometna infrastruktura, kao i studentski domovi, izgrađeni su i opremljeni domovi zdravlja, bolnice i dr.<sup>1</sup>

Najčešći način korištenja sredstava iz europskih fondova je putem prijave projektnih prijedloga. Svaki projekt, kako bi ostvario financiranje iz EU fondova, mora se odnositi na stvarne probleme, imati realne ciljeve i pravilno vrednovane rizike, imati projektni tim s iskustvom u upravljanju i provedbi projekata te mora voditi k održivim i dugoročnim rezultatima (Tufekčić, Tufekčić, 2013:203).

Važan dio u pisanju projektne dokumentacije kod apliciranja za EU fondove je i diseminacija projekta. Diseminacija projekta u prijevodu bi značila – vidljivost projektu, odnosno širenje informacija. Njena važnost proizlazi iz činjenice da pridonosi vidljivosti i replikaciji projektnih rezultata, čime se poboljšava uspjeh samog projekta, povećava vidljivost nositelja projekta i njegove djelatnosti i osigurava vidljivost izvora financiranja, Europska unija od korisnika traži uporabu elemenata vidljivosti jer želi istaknuti kako baš ona financira određeni projekt kako bi se time povećao interes za korištenje EU fondova (Vela, 2015:99).

U prvom poglavlju ću opisati diseminaciju projekta, definirati njezin pojam i svrhu, objasniti kako se projektna diseminacija može definirati kao vrsta PR-a na projektima. Sljedeće, dotaknut ću se EU projekata odnosno fondova i vidljivosti, dok se drugi dio rada bavi konkretnim slučajem projektne diseminacije na primjeru GDCK-a Samobor koji provodi EU projekte.

---

<sup>1</sup> <https://razvoj.gov.hr/eu-fondovi-mijenjaju-hrvatsku/4212>

## 2. EUROPSKI FONDOVI

Europska unija gospodarska je i politička unija 27 europskih zemalja koje zajedno pokrivaju velik dio kontinenta. Osnovana je nakon Drugog svjetskog rata, između ostalog, zbog vjerovanja da će zemlje koje međusobno trguju postati gospodarski ovisne jedna o drugoj i zbog toga vjerojatno izbjegavati sukobe. Ono što je započelo kao isključivo gospodarska unija razvilo se u organizaciju koja obuhvaća brojna područja politika, od klimatskih pitanja, zaštite okoliša i zdravstva do vanjskih poslova i sigurnosti te pravosuđa i migracija.<sup>2</sup>

Europske javne politike donose se za razdoblje od 7 godina te se nazivaju financijskom perspektivom te smo upravo na početku novog financijskog razdoblja 2021.-2027. Za provedbu javne politike Europske unije u zemljama članicama kao financijski instrument koriste se europski fondovi. EU fondovi su novac europskih građana koji se, sukladno određenim pravilima i procedurama, dodjeljuju raznim korisnicima za provedbu projekata koji trebaju pridonijeti postizanju spomenutih ključnih javnih politika EU (Vela, 2015:11).

U svim članicama Europske unije financijski instrumenti se nazivaju jednako, ali su prioriteti za samo financiranje različiti ovisno o potrebama pojedinih članica (Vela, 2015:14).

### **EU fondovi i mogućnosti financiranja aktivnosti:**

1. **Kohezijski fond** - njime se financiraju projekti iz područja prometa i okoliša
2. **Europski fond za regionalni razvoj** - motivira ulaganja u infrastrukturne investicije, proizvodne investicije s ciljem otvaranja novih radnih mjesta, kao i lokalni razvoj i razvoj malog i srednjeg poduzetništva.
3. **Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj** - poboljšavanje kontrole i upravljanja nad politikom ruralnog razvoja; ulaganje u uspostavu teritorijalne i ekološke ravnoteže, uvođenje inovacija u poljoprivredni sektor te zaštitu klimatskih uvjeta.
4. **Europski fond za pomorstvo i ribarstvo** – osmišljen je tako da omogući održivo ribarstvo i industriju akvakulture

---

<sup>2</sup> <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/>



## 5. Europski socijalni fond - jačanje poduzetništva i pomoć posloprimcima u pronalaženju radnih mjesta.<sup>3</sup>

### 2.1.EUROPSKI SOCIJALNI FOND

Slika 1. Europski socijalni fond (ESF)



Izvor: <http://www.esf.hr/>

Europski socijalni fond (ESF) najstariji je europski fond te je kao strukturni instrument osnovan 1958. godine, usmjeren je na aktivnosti kojima se promovira povećanje zapošljivosti, povećava kvaliteta radnih mjesta, usmjeren je i na unaprjeđenje tržišta rada. Također, podupire geografsku i profesionalnu mobilnost radnika i pokušava olakšati prilagodbu promjenama u industriji i u proizvodnim sustavima koji su potrebni za održiv razvoj. Ovaj fond je prvenstveno usmjeren na ulaganje u ljudski kapital kojim se osigurava međunarodna konkurentnost članice

---

<sup>3</sup> <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/>

i oporavak gospodarstva (Beščić, Copić, Kosor, Kulakowski, Maletić, Zrinušić, 2014:24-25). Pružanjem podrške poslodavcima i posloprimcima cilj ovog fonda je omogućiti pravednije uvijete za građane Europske unije.

Hrvatska koristi ovaj instrument kako bi kroz različite projekte kvalitetno implementirala nacionalne politike usmjerene na povećanje zaposlenosti i zapošljivosti hrvatskih građana. Stopa sufinanciranja iznosi od 50 do 85% ukupne vrijednosti projekta.<sup>4</sup>

Iz fonda se financiraju sljedeće aktivnosti:

- ulaganja u ljudske potencijale (usavršavanje upravljačkih vještina, profesionalno usmjeravanje, obuka predavača u različitim područjima, inovacije i poduzetništvo, cjeloživotno učenje),
- socijalna uključenost (borba protiv diskriminacije, pomoć pri zapošljavanju)
- prilagodba gospodarskim promjenama (bolja organizacija rada, znanja i vještina, zapošljavanje i edukacija),
- pristup tržištu rada (jačanje institucija, aktivne mjere zapošljavanja),
- podrška službama za zapošljavanje (umrežavanje s poslodavcima, izrada studija o potrebama za različitim profilom radne snage)
- podrška nezaposlenim osobama za povratak među aktivnu radnu snagu (financiranje seminara, treninga)

Korisnici mogu biti: udruženja radnika i poslodavaca, javna uprava, nevladine organizacije kao i dobrotvorne ustanove te tvrtke.<sup>5</sup>

## **2.2. OPERATIVNI PROGRAM UČINKOVITI LJUDSKI POTENCIJALI**

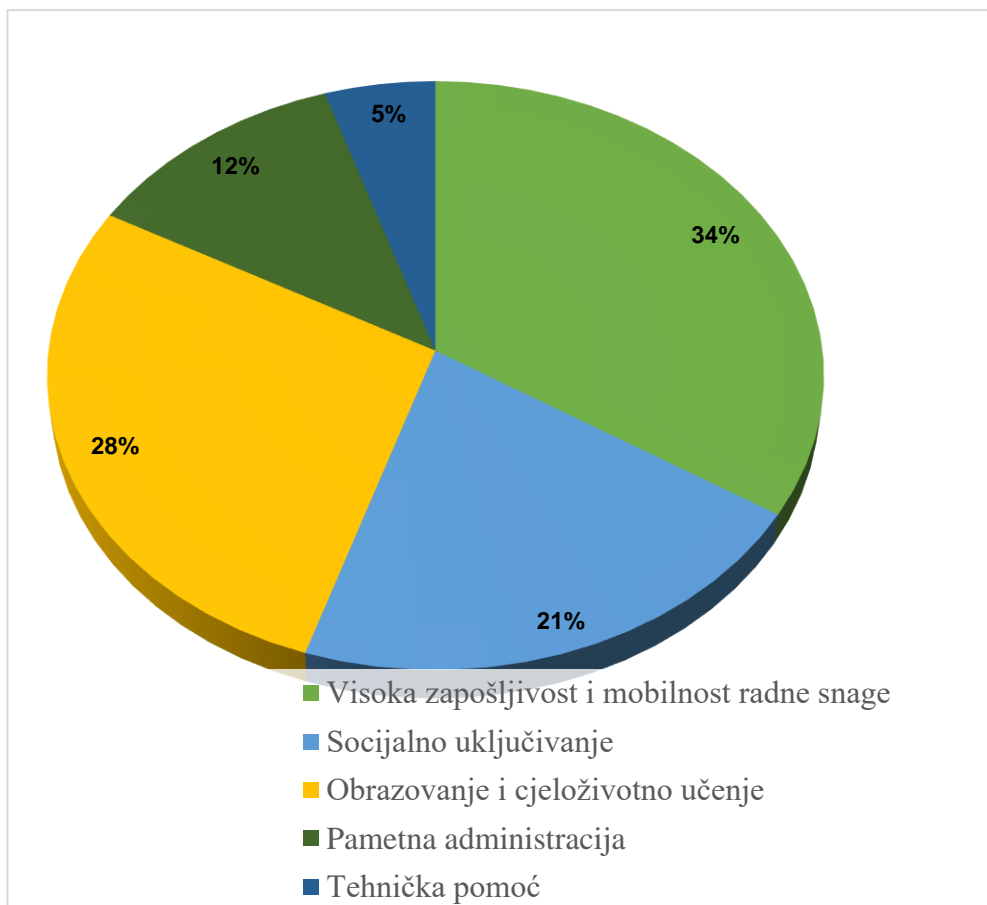
Operativni program je dokument koji detaljno stvara opis i razrađuje mjere i aktivnosti za učinkovitu provedbu i uporabu ESI fondova. „Učinkoviti ljudski potencijali“ (OPULJP) je dokument koji određuje prioritet i cilj koje Europska Unija i Republika Hrvatska zajedno nastoje postići koristeći Europski socijalni fond kao metodu financiranja.

---

<sup>4</sup> <https://www.eu-projekti.info/fond/europski-socijalni-fond/>

<sup>5</sup> <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/>

Slika 2. Tematski ciljevi OPULJP-a i alokacija



Izvor: Izrada autora prema podacima iz [strukturfondovi.hr](https://strukturfondovi.hr)

Grafikon prikazuje udio svakog tematskog cilja, točnije financijskih sredstava za njegovo ispunjenje u sveukupnim sredstvima predviđenim za provedbu operativnog programa.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> <https://strukturfondovi.hr/>

### 3. EUROPSKI PROJEKTI

Prema riječima Vele, „projekt je vremenski određena aktivnost koja se provodi s namjerom da se proizvede jedinstven proizvod, usluga ili rezultat, odnosno provedba prethodno planiranih aktivnosti i zadataka da bi se ostvario određeni cilj u definiranom vremenskom slijedu i s određenim sredstvima“ (Vela, 2015:42).

Projekti se provode kada se uoče određeni problemi unutar zajednice koji se žele riješiti. Neki od razloga provedbe su:

- Zadovoljavanje određenih potreba različitih ciljanih skupina
- Kada je nužno izmijeniti uvjete rada i djelovanja društava
- Kako bi se dostigli viši tehnološki standardi u društvu ili zadovoljile istaknute potrebe društava
- Kako bi se riješili problemi kod pojedinaca u organizaciji ili zajednici (Vela, 2015:43)

Kako bi neka organizacija uspješno prijavila projekt mora voditi računa o kompetentnim ljudskim potencijalima (mora imati ljude koji imaju znanje i iskustvu u provedbi projekata koji je jedan od ključnih preduvjeta za sudjelovanje u natječajima EU fondova), financijskim kapacitetima (mora zadovoljavati uvjete javnog poziva tj. ukupni troškovi projekata često se dijele između korisnika sredstava i EU) te iskustvo koje je potrebno dokazati konkretnim projektnim referencama odnosno potrebno je navesti uspješno provedene projekte, njihovo trajanje, vrijednost, partnere i ostvarene ciljeve (Vela, 2015:44-46)

Kod pripreme i provedbe svakog projekta razlikujemo pet faza, od kojih dvije prethode samom procesu pisanja projektnih prijedloga (faza programiranja i identificiranja), faza formuliranja gdje se razrađuju i planiraju elementi projekta, faza provedbe projekta nakon koje slijedi evaluacije i vrednovanja. (Bošnjak n.d., 18-24)

Slika 3. Shematski prikaz projektnog ciklusa



Izvor: Bošnjak, 2018, 24

Europska unija podupire brojne projekte iz gospodarskih, socijalnih i političkih razloga. Svoju potporu temelji na prioritetima i javnim politikama koje su u određenom razdoblju usvojene od nadležnih tijela Europske unije ili država članica.

### 3.1. VRSTE PROJEKATA KOJE SE FINANCIRAJU IZ EU FONDOVA

U projektima koji se financiraju iz EU fondova razlikuju se 3 kategorije:

**Javna nabava za izvođenje određenih usluga, radova i nabavu robe** – javna nabava predstavlja vrstu natječaja u kojem se traže ponuđači koji mogu obaviti radove, pružiti određene usluge ili nabaviti potrebnu opremu, a njena provedba odvija se sukladno Zakonu o javnoj nabavi koja je trenutno na snazi ili posebnim pravilima za sve koji nisu obveznici navedenog zakona.

**Projekti međudržavne suradnje (tzv. *twinning* projekti)** – odnose se na pružanje savjetodavne pomoći koja sadrži suradnju između dvije države, a u njih se uključuju tijela javnih vlasti. Njihov cilj je pružiti usluge iz jedne države, koja je određene europske politike uspješno provela, u drugoj državi kojoj je potrebno omogućiti uspješnu provedbu navedene politike.

**Poziv za dodjelu bespovratnih sredstava** – kao što je uočila Vela „to su natječaji koji su najpoznatiji među korisnicima jer se dodijeljeni novac daje bespovratno odnosno nije ga potrebno vraćati ako je potrošen u skladu s pravilima natječaja i uvjetima ugovora“. Ti projekti se dodjeljuju na temelju otvorenih poziva ili ograničenih poziva tj. izravnom / direktnom dodjelom.

Postupak prijave na poziv za dodjelu bespovratnih sredstava odvija se na idući način:

- Ovlašteno tijelo objavljuje ograničeni ili javni poziv
- Prijavitelj piše odnosno priprema projektnu prijavu i dostavlja ju ovlaštenom tijelu unutar određenog roka
- Provjera od strane tijela kojom se utvrđuje je li dostavljena sva potrebna dokumentacija
- Provjera prihvatljivosti aktivnosti projekta i samog partnera
- Evaluacija dostavljenog projektnog prijedloga
- Provjera prihvatljivosti troškova – određuje se koji će trošak projekta ući u ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava
- Donošenje Odluke o financiranju
- Potpisivanje ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava ( početak provedbe projekta)

#### 4. DISEMINACIJA

Riječ *diseminacija* dolazi od latinske riječi *disseminatio*, a u hrvatski jezik je ušla prilagodbom engleske riječi *dissemination*. U najširem smislu riječi diseminacija znači ‘širenje čega’ ili ‘prosljeđivanje spoznaje’. U oba slučaja riječ diseminacija može zamijeniti riječ širenje. Pojam diseminacija dovodi se u svezu s brojnim projektima gdje se koristi kao skup postupaka kojim se postiže bolja vidljivost projektnih rezultata pa je u uporabi često koristi pojam projektna diseminacija. Taj pojam podrazumijeva postupke kojima se podatci ili obavijesti čine dostupnima ili razumljivima. U navedenom objašnjenju izraz projektna diseminacija se može zamijeniti izrazom širenje podataka o nekom projektu (Blagus Bartolec, 2015:33)

Diseminacija se također povezuje s održivosti postignutih rezultata i nakon dovršetka projekta.<sup>7</sup> Uz nju vežemo pretpostavku da se diseminacija kao sredstvo obavještavanja dionika nastavlja i nakon kraja provedbe projekta.

Projektna diseminacija obuhvaća sve mjere i aktivnosti kojima se može osigurati bolja vidljivost partnerima na projektu, dionicima, ciljnim skupinama i ljudima koji nisu direktno uključeni u projekt, primjerice lokalna zajednica i šira društvena zajednica te uvećati njihov interes za korištenje EU fondova.<sup>8</sup>

Neke od aktivnosti kojima se to postiže su objavljivanje informacija o projektu u medijima ili društvenim mrežama, izrada mrežnih stranica projekta, organiziranje radionica i sličnih događaja te izrada promotivnih materijala. U publikaciji koja je vezana za projekt i promotivnim materijalima kao što su prezentacije, letci, brošure, itd. treba biti naznačeno da je projekt financiran od strane Europske unije.<sup>9</sup>

Neovisno o obliku diseminacije ona odgovara na sljedeća pitanja:

- Što želimo postići? – CILJ
- Kako ćemo to postići? - NAČIN

---

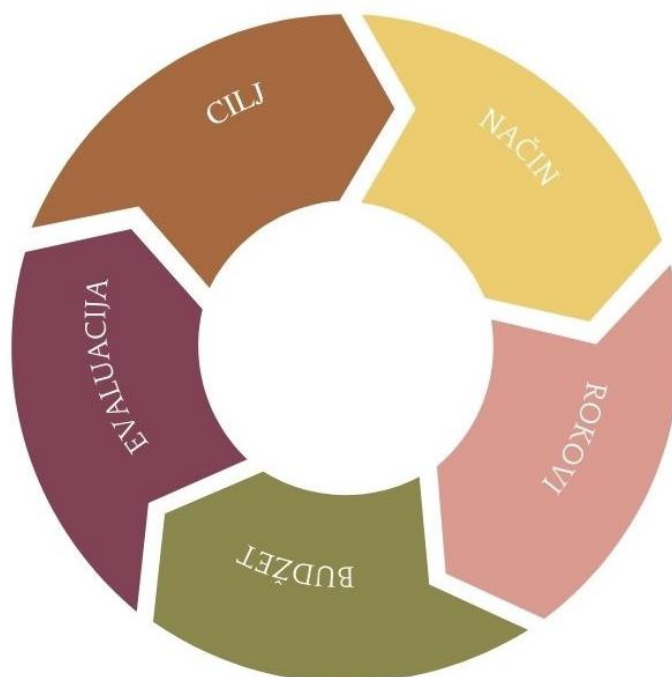
<sup>7</sup> <https://pjr.hr/sto-je-to-plan-diseminacije/>

<sup>8</sup> <https://decision-lab.foi.hr/kratka-prica/diseminacija>

<sup>9</sup> <https://www.unist.hr/znanost-i-inovacije/ured-za-projekte/podrska-projektima/upravljanje-projektom/diseminacija>

- Koliko vremena nam je potrebno? - ROKOVI
- Imamo li potrebne resurse? - BUDŽET
- Kako ćemo znati jeli cilj postignut? – EVALUACIJA

Slika 4. 5 pitanja diseminacije



Izvor: Izrada autora prema podacima iz <https://www.mobilnost.hr>

#### 4.1.RAZINE PROJEKTNE DISEMINACIJE

Prema Veli, **međunarodna ili projektna diseminacija** provodi se u međunarodnim suradivačkim projektima koji uključuju različit broj partnera iz različitih država. Cilj ove vrste diseminacije je promocija cjelokupnog projekta, njegovih ciljeva i rezultata na razini svake države iz koje dolaze projektni partneri, na razini Europske unije, a može biti i šire. Diseminacijske mjere su uglavnom identične, a njih određuje koordinator projekta ili partner koji je zadužen za diseminaciju.

**Lokalna diseminacija** provodi se u manjoj tj. lokalnoj zajednici (grad, općina, županija, država) iz koje dolazi pojedini projektni partner. Svaki od partnera prilagođava aktivnosti



diseminacije, s obzirom na zahtjeve projekta i okolnosti svoje zajednice. Zbog toga je moguće pretpostaviti da različiti partner u različitim zajednicama provodi različite aktivnosti.<sup>10</sup>

#### 4.2.PLAN DISEMINACIJE

Uz prijavitelja projekta, partneri bi trebali svojom ulogom na projektu te svojim znanjem i stručnosti na određenom području pridonositi provedbi diseminacijskog plana.

Plan diseminacije mora pružati odgovore na navedena pitanja:

- Tko su mogući korisnici projektnih aktivnosti? (korištenje i održivost rezultata)
- Koje su aktivnosti diseminacije primjerene kojoj ciljanoj skupini?
- Koja su adekvatna sredstva diseminacije?
- Kada i gdje bi se aktivnosti mogle provesti?
- Koliki su resursi dostupni za diseminaciju? (Ljudski i financijski)
- Tko je zadužen za provedbu koje aktivnosti?

Svaka planirana aktivnost diseminacije mora imati svoju smisao i svrhu. Početno pitanje diseminacije je „zbog čega širimo određene informacije?“, a neki od potencijalnih odgovora su osvješćivanje i obrazovanje javnosti o novim informacijama, uključivanje i informiranje potencijalnih korisnika te promocija projekta. Nastavno na navedene odgovore određuje se tko je ciljana skupina te kada, na koji način i s kojim sadržajem se njoj pristupa.<sup>11</sup>

Ovisno o fazi projekta sadržaj kojim se želi informirati ciljana skupina mijenja se i sam sadržaj diseminacije. Na početku provedbe projekta podižemo samu svijest, a na kraju prikazuju se ostvareni projektni ciljevi. Moguće ciljane skupine su znanstvena, poslovna i šira zajednica. Informiranje se postiže pomoću sljedećih diseminacijskih aktivnosti ovisno o kojoj ciljanoj skupini se radi:

- Izrada vizualnog identiteta projekta (logotip)

---

<sup>10</sup> <https://www.poslovnih.hr/eu-fondovi/sto-je-projektna-diseminacija-i-cemu-sluzi-246190>

<sup>11</sup> <https://pjr.hr/sto-je-to-plan-diseminacije/>

- Internetska stranica projekta ili projektnih partnera na engleskom jeziku ili lokalnom jeziku
- Projektni letak ili neki drugi oblik publikacija
- Organizacija radionica, seminara i konferencija
- Medijske objave
- Izrada promotivnih materijala (torbe, uredski pribor, majice, kape, blokovi, fascikli, i dr.)
- Stranice na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter i sl.)
- Organizacija konferencija i drugih događanjima

Navedene aktivnosti potrebno je detaljno isplanirati prilikom izrade diseminacijskog plana jer podrazumijevaju značajne troškove koje je potrebno unijeti u proračun kako bi se osigurala financijska održivost projekta.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> <https://www.poslovni.hr/eu-fondovi/sto-je-projektna-diseminacija-i-cemu-sluzi-246190>

## 5. PR

PR prema Tomiću odnosi se na „svjesno, planiranu, održivu aktivnost kojom se uspostavlja i održava međusobno razumijevanje između organizacije i njezine javnosti“. Moguće je PR definirati kao „svjesno, planirano nastojanje oko odnosa povjerenja između poduzeća, institucija ili osoba i njihove okoline. Odnosi s javnošću ponajprije znače aktivno djelovanje kroz informaciju i komunikaciju na koncepcijskoj osnovi“ (Tomić, 2008:47).

PR kao vrsta komunikacije je potrebna zbog:

- Stvaranja i provođenja planova i ciljeva neke organizacije
- Organizacije svih resursa na najdjelotvorniji način
- Odabira i razvoja članova organizacije
- Vođenja, motivacije, usmjeravanja svih ljudskih faktora
- Kontrole ostvarenja ciljeva (Garača, Kadlec, 2011:120).

PR služi kao potporna funkcija marketingu i mora biti usklađen s marketinškim ciljevima i ne može djelovati neovisno. Ako je marketinški cilj povećati svijest javnosti o nekoj organizaciji putem PR-a se može osigurati pozitivna medijska pozornost i organizirati otvoreni dani. Kroz organizaciju korporacijskih sastanaka moguće je izgraditi jače i dugoročnije odnose s klijentima. Ako marketing želi promovirati novi spektar proizvoda PR-om se osigurava članak u novinama ili proba/kušanje proizvoda koji se želi bolje oglasiti (Tomić, 2008:58).

Često se pojam PR miješa s pojmom marketinga, ali glavna razlika je u dugovječnosti - PR se doživljava kao dugoročna investicija za buduća postignuća, a marketing se smatra kratkoročnom aktivnosti. PR je usredotočen na izgradnju povjerenja i promovira tvrtke i brendove, a ne na proizvod i usluge kao marketing. Cilj mu je informirati javnost, partnere, investitore, klijente kako bi stvorili pozitivnu perspektivu. Odnosi s javnošću odnosno PR upravlja reputacijom.<sup>13</sup>

PR tj. odnosi s javnošću imaju pet funkcija:

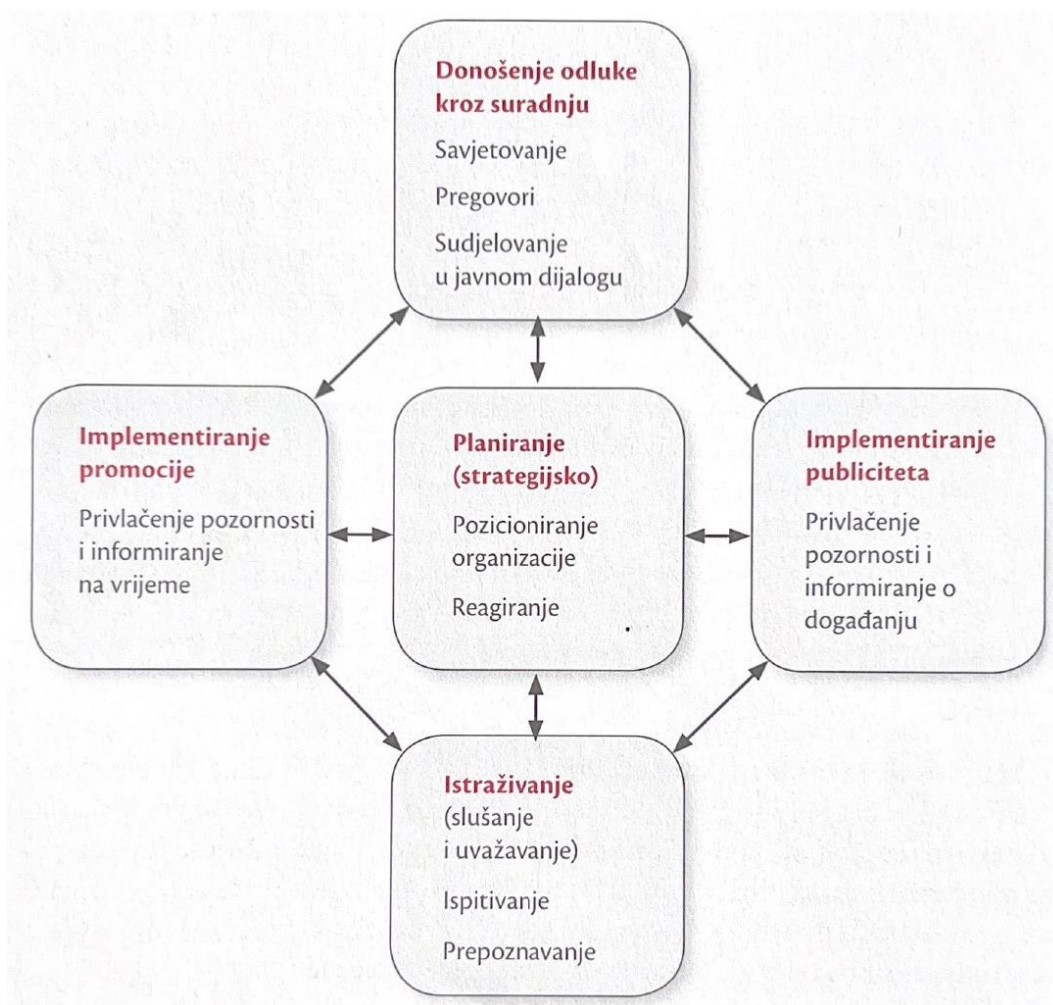
- Donošenje odluka kroz suradnju

---

<sup>13</sup> <https://prona.hr/razlika-izmedu-marketinga-i-pr-a/>

- Publicitet
- Promocija
- Strateško planiranje
- Istraživanje (Tomić, 2008:52)

Slika 5. Pet funkcija odnosa s javnošću



Izvor: Tomić, 2008, 54

## **5.1.DISEMINACIJA KAO VRSTA PR-a**

### **5.2.EU VIDLJIVOST**

Kod provedbe diseminacijski aktivnosti za svaki projekt financiran/sufinanciran iz EU fondova važno je voditi računa o EU vidljivosti. Europska unija traži da bude naglašen izvor financiranja/sufinanciranja. Tijekom provedbe bilo kojeg projekta korisnik je dužan informirati javnost da projekt koji provodi sufinancira EU. Navodeći pritom naziv operativnog programa i fonda iz kojeg je sufinanciran radi podizanja svijesti građana Europske unije.

Aktivnosti komunikacije i informiranja su usmjerene na krajnje korisnike projekta, širu javnost i medije.

#### **5.2.1. OSNOVNI ELEMENTI VIDLJIVOSTI**

Sve aktivnosti komunikacija i informiranja za projekte koji su financirani iz ESI fondova u razdoblju 2014.-2020. moraju sadržavati sljedeće elemente:

- Amblem (zastavicu) Unije i tekst „Europska unija“
- Napomenu o fondu koji podupire projekt (operaciju): „Projekt je sufinancirala Europska unija iz... (naziv fonda):  
Europski fond za regionalni razvoj  
Kohezijski fond  
Europski socijalni fond
- Izjavu/slogan: „Zajedno do fondova EU“
- Logotip europski strukturni i investicijski fondovi
- Isključenje odgovornosti: „Sadržaj publikacije/emitiranog materijala isključiva je odgovornost (ime korisnika).“(Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2015:4).

Slika 6. Lenta osnovnih elemenata vidljivosti



Izvor: <https://strukturnifondovi.hr/>

Uz lentu dodaje se i rečenica „Sadržaj publikacije/emitiranog materijala isključiva je odgovornost (ime korisnika)“, a ako se dodaje i logotip korisnika njegova veličina mora odgovarati i ostalim logotipovima na lenti kako bi se osigurala jednaka zastupljenost i vidljivost.

Primjena:

Internetska stranica korisnika - uz elemente vidljivosti mora sadržavati naziv i opis projekta, ciljeve i rezultate, ukupnu vrijednost, vrijeme provedbe i kontakt osobe. Uz to mora sadržavati poveznice na relevantne internetske stranice (web stranica strukturnog fonda i operativnog programa).

Publikacije - roll-up, plakat, letak, brošura, dopis

Oprema – mora sadržavati naljepnice s elementima vidljivosti i biti istaknuta na vidljivom mjestu predmeta koje je nabavljeno u okviru projekta

Audiovizualni materijali – npr. video uradak mora uključiti kadar na početku ili kraju s elementima vidljivosti, a audio uradci moraju uključivati rečenicu „Projekt je sufinancirala Europska unija iz (naziv fonda)“.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/07/Upute-za-korisnike-sredstava-2014-2020.pdf>

## 6. PROJEKTNJA DISEMINACIJA NA PRIMJERU GDCK-A SAMOBOR

Gradsko društvo Crvenog križa Samobor (GDCK Samobor) djeluje na području Samobora, Svete Nedelje i Stupnika od 1953. godine.

Aktivnosti koje provodi su:

- Prva pomoć
- Klub mladih
- Dobrovoljno darivanje krvi
- Služba traženja
- Socijalna skrb
- Zaštita i promicanje zdravlja
- Priprema i odgovor na krize

Uz navedeno GDCK Samobor uspješno je provodilo i provodi projekte sufinancirane sredstvima Europske unije. Projekti su prijavljeni na raspisane javne pozive o dodjeli bespovratnih sredstava, sufinancirani iz Europskog socijalnog fonda operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali.

Prvi uspješno realiziran projekt GDCK Samobor bio je „Nisi sam“ čija je ukupna vrijednost iznosila 2.516.365,28 kuna i sufinanciran je iz Europskog socijalnog fonda sa 100% prihvaćenim troškovima. „Nisi sam – faza 2“ nastavak je projekta „Nisi sam“ i njegova vrijednost iznosi 928.650,00 kuna i sufinanciran je iz Europskog socijalnog fonda s 85% prihvaćenim troškovima te 15% iz Državnog proračuna RH. Krajnji korisnici projekta su starije i nemoćne osobe o kojima su brinule teže zapošljive žene kroz usluge pomoći i njege.

Uz navedeni projekt, trenutno su u provedbi su još tri projekta: Gero centar Crvenog križa Samobor, Hiža Crvenog križa i GDCK odgovara na sve izazove.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> <https://www.crvenikrizsamobor.hr/>

## **6.1.DISEMINACIJA NA PRIMJERU PROJEKATA**

### **6.1.1. GERO CENTAR CRVENOG KRIŽA SAMOBOR**

Projekt je prijavljen na javni poziv o dodjeli bespovratnih sredstava pod nazivom "Pridruži se – Aktivni u mirovini", sufinanciran je 85% iz Europskog socijalnog fonda (operativni program učinkoviti ljudski potencijali) i 15% iz Državnog proračuna RH, a njegova ukupna vrijednost iznosi 1.678.178,74 kn.

Svrha projekta je jačanje kapaciteta OCD (organizacija civilnog društva) za provođenje programa zdravog i aktivnog starenja umirovljenika na području Samobora i Svete Nedelje s ciljem povećanja kvalitete života i socijalne uključenosti te razvoja socijalnih inovacija i inovativnih programa.

Svi postignuti ishodi projekta koriste se za podizanje svijesti o važnosti zdravog i aktivnog starenja i socijalne uključenosti, a bit će prikazani široj javnosti kroz manifestaciju „Festival zrele dobi“.

Projektne partneri su Udruga za zaštitu i unapređenje mentalnog zdravlja "Zajedno", Udruga sindikata umirovljenika Hrvatske Samobor i Udruga Etno fletno koji tijekom provedbe projekta suradnjom povećavaju socijalnu uključenost.

Projektne aktivnostima ciljna skupina će unaprijediti vlastite kapacitete za aktivnije starenje na lokalnoj razini te će za svoje krajnje korisnike osigurati brojne aktivnosti kako bi partneri i korisnici projekta imali brojne benefite (Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava, 2020.)

Projektne diseminacija kao vrsta PR-a na projektu:

- Promidžba i vidljivost – jedan od prihvatljivih troškova projekta je trošak angažmana vanjskog stručnjaka koji je odgovoran za izradu vizualnog identiteta projekta, izradu i održavanje podstranice projekta, izradu letaka i plakata, majica, memoranduma i izgled banner. Uz njega angažiran je i vanjski stručnjak koji će biti zadužen za snimanje i montažu promotivnog filma o projektu. Na mjesečnoj razini izrađuju se kalendari aktivnosti koji se objavljuju na web stranicama dok se na društvenim mrežama objavljuju tjedne aktivnosti i sve novosti vezane uz projekt. Uz navedeno sva nabavljena oprema potrebna za provedbu projekta (sportska i elektronička oprema, namještaj, materijali potrebni za radionice) označena je naljepnicama na kojima je



vidljiva subvencija EU. Promidžba i vidljivost provode se kroz cjelokupno vrijeme trajanja projekta.

- Održivost rezultata projekta nakon završetka provedbe – tijekom prijave projektnog prijedloga GDCK Samobor se obavezao osigurati održivost projekta nakon kraja provedbe. To se odnosi na **financijsku održivost** (koju će osigurati planiranjem godišnjeg budžeta sa sredstvima namijenjenima za provođenje danjih aktivnosti), **institucionalnu** (kroz mjerenje razine utjecaja na lokalnu zajednicu, osnaženu suradnju s partnerima na projektu, povećanu uključenost mladih i starijih osoba) i **održivost na razini politika** (bit će ostvarena kroz razvoj novih modela rada, uključivanje građana u volontiranje, dijalog s lokalnim OCD-ovima) (Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava, 2020:6)

Slika 7. Plakat projekta Gero centar Crvenog križa Samobor



Izvor: <https://www.crvenikrizsamobor.hr/projekti-2/gero-centar-crvenog-kriza-samobor/>

Slika 8. Mjesečni raspored Gero centra Crvenog križa Samobor

**POZIV UMIROVLJENICIMA NA BESPLATNE AKTIVNOSTI**

**PRIDRUŽI SE - BUDI AKTIVAN U MIROVINI**

**GERO CENTAR CRVENOG KRIŽA SAMOBOR**

PONEDJELJAK	UTORAK	SRIJEDA	ČETVRTAK	PETAK
5. 9. 2022. ZDRAVSTVENA RADIONICA U SVETOJ NEDELJI 11:00	5. 9. 2022. ZDRAVSTVENA RADIONICA U SAMOBORU 15:30 MEDICINSKO VJEŽBANJE 18:00	7. 9. 2022. NORDIJSKO HODANJE 8:00 NORDIJSKO HODANJE U SV. NEDELJI 19:00	1. 9. 2022. ZDRAVSTVENA RADIONICA U SAMOBORU 15:30 SAMOBORSKI KRALUŠ 16:00 8. 9. 2022. MEDICINSKO VJEŽBANJE 8:00 MEDICINSKO VJEŽBANJE 9:00 SAMOBORSKI KRALUŠ 16:00	2. 9. 2022. NORDIJSKA ŠETNJA GRADOM 8:00
12. 9. 2022. ZDRAVSTVENA RADIONICA U SVETOJ NEDELJI 10:00	13. 9. 2022. MEDICINSKO VJEŽBANJE 18:00	14. 9. 2022. NORDIJSKO HODANJE 8:00 NORDIJSKO HODANJE U SV. NEDELJI 19:00	15. 9. 2022. MEDICINSKO VJEŽBANJE 8:00 MEDICINSKO VJEŽBANJE 9:00 SAMOBORSKI KRALUŠ 16:00	10. 9. 2022. NORDIJSKA ŠETNJA GRADOM 8:00
19. 9. 2022. DRUŠTVENE IGRE 8:00	20. 9. 2022. MEDICINSKO VJEŽBANJE 18:00	21. 9. 2022. NORDIJSKO HODANJE 8:00 NORDIJSKO HODANJE U SV. NEDELJI 19:00	22. 9. 2022. MEDICINSKO VJEŽBANJE 8:00 MEDICINSKO VJEŽBANJE 9:00 SAMOBORSKI KRALUŠ 16:00	16. 9. 2022. NORDIJSKA ŠETNJA GRADOM 8:00
26. 9. 2022. KULINARSKA RADIONICA 11:00	27. 9. 2022. MEDICINSKO VJEŽBANJE 18:00	28. 9. 2022. NORDIJSKO HODANJE 08:00 NORDIJSKO HODANJE U SV. NEDELJI 19:00	29. 9. 2022. NARODNA MEDICINA I BILJE 15:30 SAMOBORSKI KRALUŠ 16:00	23. 9. 2022. NORDIJSKA ŠETNJA GRADOM 8:00

MEDICINSKO VJEŽBANJE U 18H, UL. JOSIPA KOMPARE 5, SAMOBOR  
NORDIJSKO HODANJE U SVETOJ NEDELJI U 19H, JEZERO KIPISČE

Projekt je sufinanciran Europske Unije iz Europskog socijalnog fonda  
Sadržaj ovog dokumenta isključivo je odgovornost "Grudnog društva Crvenog križa Samobor"

www.strukturfondovi.hr

MOLIMO UMIROVLJENIKE KOJI SU ZAINTERESIRANI ZA DOLAZAK NA AKTIVNOSTI, DA SA SOBOM PONESU RJEŠENJE O MIROVINI I/ILI ODREZAK OD MIROVINE I OSOBNU ISKAZNICU.

1. SVE RADIONICE, OSIM ZDRAVSTVENIH RADIONICA U SVETOJ NEDELJI GORJAVAJU SE NA ADRESI: ULICA

Izvor: <https://www.crvenikrizsamobor.hr/projekti-2/gero-centar-crvenog-križa-samobor/>

### 6.1.2. HIŽA CRVENOG KRIŽA

Projekt je prijavljen na javni poziv o dodjeli bespovratnih sredstava pod nazivom „Prostori sudjelovanja - razvoj programa revitalizacije prostora u javnom vlasništvu kroz partnerstvo OCD-a i lokalne zajednice“, sufinanciran je 85% iz Europskog socijalnog fonda (operativni program učinkoviti ljudski potencijali) i 15% iz Državnog proračuna RH, a njegova ukupna vrijednost iznosi 1.989.596,89 kuna.

Svrha ovog projekta je razviti društveni centar pod nazivom „Hiža Crvenog križa“ kojem će se povećati iskorištenost javnih poziva i omogućiti uključivost lokalne zajednice na području grada Samobora i šire. Temelj za društveni centar je međusektorska suradnja, a program se temelji na aktivnostima namijenjenima svim građanima koji promiču volonterstvo, zdrav način života, međusobnu solidarnost i socijalnu uključivost.

Željeni ishod ovog projekta je razviti društveni centar kao mjesto razmjene znanja i iskustava, dijaloga i zajedničkog aktivnog djelovanja kroz brojne i raznolike aktivnosti.

Ciljana skupine su 4 organizacije civilnog društva Udruga Etno fletno, Udruga sindikata umirovljenika Hrvatske Samobor, Udruga Zajedno i GDCK Samobor koji će s projektnim partnerom Centrom za socijalnu skrb Samobor unaprijediti vlastite kapacitete za razvoj lokalne zajednice.

Projektna diseminacija kao vrsta PR-a na projektu:

- Promidžba i vidljivost – jedan od prihvatljivih troškova projekta je trošak angažmana vanjskog stručnjaka koji je odgovoran za izradu vizualnog identiteta projekta, izradu logotipa, banneri, memoranduma itd., kao i promotivni materijali, letci. Ugovorom su propisane 2 radijske emisije, minimalno 50 objava na lokalnim i regionalnim web portalima, 6 objava o projektu na web stranicama partnera, 40 objava na društvenim mrežama. Mjesečno se objavljuju kalendari aktivnosti. Dio prostora GDCK Samobor koji je uređen i adaptiran sredstvima iz projekta obilježen je panom na kojem je istaknuta iznos sufinanciranja s osnovnim elementima vidljivosti EU. Također, namještaj, tehnička oprema i čajna kuhinja označeni su naljepnicama.
- Održivost rezultata projekta nakon završetka provedbe – nakon završetka trajanja projekta GDCK Samobor planira osigurati financijsku održivost (kroz osiguravanje sredstava za provođenje danjih aktivnosti društvenog centra), institucionalnu (kroz dugoročni program s partnerima koji će svojom uključenosti doprinijeti razvoju volonterskih programa i većem angažmanu starijih i mladih osoba u zajednici) te održivost na razini politika (kroz uključivanje građana neovisno o dobi u volontiranje, doprinos neformalnog oblika učenja i dr.) (Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava, 2020:6)

Slika 9. Plakat projekta Hiža Crvenog križa

**HIŽA**  
Crvenog križa

**Društveni centar s aktivnostima za sve uzraste!**

**(+385) 01 6546 638**  
**info@crvenikrizsamobor.hr**

**KORISNIK:** Gradsko društvo Crvenog križa Samobor

**PARTNERI:**  
Grad Samobor, Centar za socijalnu skrb Samobor, Udruga PIN, Udruga Etno Fletno, Udruga sindikata umirovljenika Hrvatske Samobor

**VRIJEDNOST PROJEKTA:** 1.989.596,89 kn  
85% sufinanciran iz Europskog socijalnog fonda,  
15% sufinanciran iz Državnog proračuna Republike Hrvatske

**TRAJANJE PROJEKTA:**  
9.11.2020. - 9.11.2022.

Projekt je sufinancirala Europska Unija iz Europskog socijalnog fonda. Sadržaj ovog dokumenta isključivo je odgovornost Društvenog društva Crvenog križa Samobor.  
Za više informacija o ESF: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr) i [www.esf.hr](http://www.esf.hr)

Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva  
Europska unija "Zajedno do fondova EU"  
EUROPSKI STRUKTURNI I INVESTICIJSKI FONDOWI  
KONVENCIONI I KULTURNI PROMISLI  
VLADA REPUBLIKE HRVATSKE Ured za udruge

Izvor: <https://www.crvenikrizsamobor.hr/projekti-2/hiza-crvenog-križa/>

Slika 10. PR projekta kroz objave na društvenim mrežama

**Crveni Križ Samobor** 2 Jun · 🌐

Dragi naši korisnici pozivamo Vas na brojne radionice koje nas još očekuju do kraja ovog tjedna u Hiži Crvenog križa! 🏡  
Danas, četvrtak, od 15 sati pozivamo sve zainteresirane da se pridruže predavanju o neurološkim bolestima na temu Frustracije. Vidimo se! 😊  
Projekt je sufinanciran iz Europskog socijalnog fonda. 🇪🇺

**HIŽA CRVENOG KRIŽA**  
Društveni centar s aktivnostima za SVE UZRASTE!

<b>PON</b> 30.5.	<b>Dan državnosti</b>
<b>UTO</b> 31.5.	<b>10 - 11 H</b> Nordijska šetnja gradom <b>14 - 15 H</b> Krizne situacije u obitelji <b>18 - 19 H</b> Reanimacija
<b>SRI</b> 1.6.	<b>10 - 11 H</b> Slikarska radionica <b>11 - 12 H</b> Okoliš i ljudi
<b>ČET</b> 2.6.	<b>14 - 15 H</b> Kronične bolesti tlak-šećer <b>15 - 16 H</b> Predavanje o neurološkim bolestima <b>16 - 19 H</b> Izrada samoborskog kraluša
<b>PET</b> 3.4.	<b>9 - 10 H</b> Kulinarska radionica <b>10 - 14 H</b> Prava osoba u sustavu socijale skrbi

Izvor: <https://www.facebook.com/CrveniKrizSamobor/>

Projektom diseminacijom kao sredstvom odnosa s javnošću kroz oba projekta Gradskog društva Crvenog križa Samobor pružaju se informacije o projektnim aktivnostima, ciljevima, očekivanim rezultatima široj javnosti. Promocijom putem društvenih mreža, podjelom promotivnih materijala, usmenom predajom korisnicima gradi se temelj za održivost i nakon kraja provedbe projekata.

## **7. ZAKLJUČAK**

Države članice Europske unije imaju mogućnost korištenja sredstava iz europskih fondova koji su od iznimne važnosti za razvitak i poboljšanje kvalitete života svih njihovih stanovnika. Među njima je i Republika Hrvatska koja u sve većoj mjeri koristi navedena sredstva putem prijave projektnih prijedloga. Iako neosvijestjen važan element u svakom projektu je diseminacija kao metoda PR-a.

Europski projekti su novost među širom javnosti i nisu saživjeli s njom, a jedna od metoda kojima se stvara veza jest vidljivost i diseminacija. Diseminacija doprinosi vidljivosti projektnih rezultata, podiže interes za korištenje EU fondova kao i vidljivost djelatnosti nositelja projekta te time poboljšava uspjeh projekta. Diseminacija se ne odnosi samo na vidljivost nego i komunikaciju nakon završetka provedbe kojom se osigurava održivost projekta. Diseminacijom kao metodom PR-a gradi se reputacija, ostvaruje se vrijednost i iskazuje značaj i potreba projekata sufinanciranih iz europskih fondova.

Iako se mišljenja pojedinaca u vezi Europske unije razlikuju, možemo zaključiti kako treba uvidjeti brojne dobre strane i mogućnosti koje nam pruža financiranje kroz europske fondove za bolji rast i razvitak lokalne zajednice i šire.

## 8. IZJAVA

### Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

**Ime i prezime studenta: Vanessa Planinčić**

**Matični broj studenta: 147/18**

**Naslov rada: Projektna diseminacija kao vrsta PR-a na projektima**

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

30. rujna 2022. godine

Potpis studenta



## 9. POPIS LITERATURE:

### 9.1. KNJIGE I ČLANCI

- Bešlić, B., Copic, M., Kosor, K., Kulakowski, N., Maletić, I., Zrinušić, N. (2014) *Upravljanje EU projektima*. Zagreb: Tim4Pin d.o.o. za savjetovanje
- Blagus Bartolec, G. (2015) *Diseminacija*.
- Bošnjak, N. (2018) *EU fondovi i projektni ciklus za apsolutne početnike*. Geologika Regulus j.d.o.o.
- Tomić, Z. (2008) *Odnosi s javnošću teorija i praksa*. Zagreb – Sarajevo: Synopsis
- Tufekčić, M. i Tufekčić Ž. (2013) *EU politike i fondovi 2014- 2020*. Zagreb: Plavi partner d.o.o
- Vela, A. (2015) *Menadžment ESI fondova*. Zagreb: Školska knjiga

### 9.2. INTERNETSKI IZVORI

- Begičević Ređep, N. FOI laboratorij za strateško planiranje i odlučivanje (n.d.) *Diseminacija* <https://decision-lab.foi.hr/kratka-prica/diseminacija>
- Crveni križ Samobor <https://www.crvenikrizsamobor.hr/>
- Europski strukturni i investicijski fondovi. (n.d.) *EU fondovi* <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/>
- Europski strukturni i investicijski fondovi. (n.d.) <https://strukturnifondovi.hr/>
- P J R Consulting (2011) *Što je to plan diseminacije?* <https://pjr.hr/sto-je-to-plan-diseminacije/>
- Prona (n.d.) *Razlika između marketinga i odnosa s javnošću (pr-a)* <https://prona.hr/razlika-izmedu-marketinga-i-pr-a/>
- Republika Hrvatska, Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije (2015) *Upute za korisnike sredstava Informiranje, komunikacija i vidljivost projekata*



*fi nanciranih u okviru Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRR), Europskog socijalnog fonda (ESF) i Kohezijskog fonda (KF) za razdoblje 2014.-2020.*

<http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/07/Upute-za-korisnike-sredstava-2014-2020.pdf>

- Republika Hrvatska, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova europske unije. (n.d.) *EU fondovi mijenjaju Hrvatsku* <https://razvoj.gov.hr/eu-fondovi-mijenjaju-hrvatsku/4212>
- Sveučilište u Splitu (n.d.) *Diseminacija* <https://www.unist.hr/znanost-i-inovacije/ured-za-projekte/podrska-projektima/upravljanje-projektom/diseminacija>
- Vela, A. (2013) *Što je projektna diseminacija i čemu služi?* <https://www.poslovni.hr/eu-fondovi/sto-je-projektna-diseminacija-i-cemu-sluzi-246190>

### **9.3. ZAKONI I DRUGI PROPISI**

- Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava za projekte financirane iz Europskog socijalnog fonda u sklopu programa 2014 – 2020, UP.04.2.1.09.0078, Gero centar Crvenog križa Samobor
- Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava za projekte financirane iz Europskog socijalnog fonda u sklopu programa 2014 – 2020, UP.04.2.1.07.0121, Hiža Crvenog križa

## 10. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA:

Slika 1. Europski socijalni fond (ESF) .....	5
Slika 2. Tematski ciljevi OPULJP-a i alokacija.....	7
Slika 3. Shematski prikaz projektnog ciklusa .....	9
Slika 4. 5 pitanja diseminacije .....	12
Slika 5. Pet funkcija odnosa s javnošću .....	16
Slika 6. Lenta osnovnih elemenata vidljivosti .....	17
Slika 7. Plakat projekta Gero centar Crvenog križa Samobor .....	21
Slika 8. Mjesečni raspored Gero centra Crvenog križa Samobor .....	22
Slika 9. Plakat projekta Hiža Crvenog križa.....	24
Slika 10. PR projekta kroz objave na društvenim mrežama .....	25

## 11. ŽIVOTOPIS



**Vanessa  
Planinčić**

Datum rođenja: 02. siječnja 2000.

Državljanstvo: hrvatsko

Spol: Žensko

### KONTAKT

Rude 281,  
10430 Samobor, Hrvatska  
(Kućna)

[planincivanessa@gmail.com](mailto:planincivanessa@gmail.com)

(+385) 0959201100

### OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

2014 – 2018

#### Upravni referent

Upravna škola Zagreb

Adresa Prilaz baruna Filipovića 30, 10000 Zagreb

2018 – TRENUTAČNO

#### Stručna prvostupnica ekonomije, bacc. oec.

Veleučilište Baltazar Zaprešić

Adresa Ul. Vladimira Novaka 23, 10290, Zaprešić

### RADNO ISKUSTVO

2014 – 2018 – Samobor, Hrvatska

#### Referent

Grad Samobor

Stručna praksa u Gradu Samoboru, za vrijeme srednjoškolskog obrazovanja. Osnovni poslovi u referadi.

12. STUDENOGA 2018. – 11. STUDENOGA 2019. – Samobor, Hrvatska

#### Stručno osposobljavanje za rad, sudska administrativna referentica/ sudska zapisničarka

OPĆINSKI SUD NOVI ZAGREB, STALNA SLUŽBA SAMOBOR

Obavljanje poslova sudskog zapisničara u referadi. Pisanje rješenja, dopisa, zaključaka i drugih sudskih odluka po diktatu voditelja referade. Razvrstavanje pošte po vrsti upisnika, pisanje poziva za rasprave i druga ročišta, pisanje zapisnika i drugih službenih bilježaka o poduzetim sudskim radnjama. Upisivanje podnesaka i drugih pismena i označavanje sudskih radnji. Skrb o zakonskim i sudskim rokovima u predmetima, zaprimanje i prosljeđivanje telefonskih poziva i stranaka.

09. OŽUJKA 2021. – 15. STUDENOGA 2021. – Samobor, Hrvatska

#### Koordinator socijalnog uključivanja

Gradsko društvo Crvenog križa Samobor

Provođenje aktivnosti socijalnog uključivanja, direktan rad s korisnicima socijalnih transfera, organizacija njihove aktivacije, osmišljavanje društveno korisnih radova, vođenje evidencija i baza podataka, praćenje i analiza stanja izvršavanja projekta, izrada izvještaja o provedbi projekta, obavljanje ostalih poslova u skladu s prirodom posla i po nalogu nadređenog radnika i/ili ravnatelja.

16. STUDENOGA 2021. – 30. RUJNA 2022. – Samobor, Hrvatska

#### Koordinator aktivnosti

Gradsko društvo Crvenog križa Samobor

Neposredna koordinacija i organizacija svih aktivnosti oko provedbe projekta, izrada Zahtjeva za nadoknadom sredstava, provedba aktivnosti vezanih uz projekt, komunikacija s korisnicima i izvoditeljima, izvođenje aktivnosti, vođenje evidencija, izrada izvještaja, podrška voditelju projekta, obavljanje drugih poslova u skladu s radnim mjestom.

TRENUTAČNO – Bobovica, Hrvatska

#### Asistent u odjelu nabave

Weidmann Izo-Prod d.o.o.

Ažuriranje dokumentacije, podrška nadređenima u odjelu Nabave, podrška i pomoćni poslovi voditelju odjela za kvalitetu, vođenje evidencije o voznom parku, administrativni poslovi, odgovornost za nabavku kancelarijske opreme i drugih dobara, ostali poslovi prema nalogu poslodavca.

## JEZIČNE VJEŠTINE

**MATERINSKI JEZIK/JEZICI:** hrvatski

**DRUGI JEZICI:** engleski

## KOMUNIKACIJSKE I MEĐULJUDSKE VJEŠTINE

### ● **Komunikacijske i međuljudske vještine**

Savjesna, stručna, pozitivna, vedra, prilagodljiva i vrlo odgovorna s razvijenim komunikacijskim vještinama.

Sprema naučiti sve poslovne osobine koje posao zahtjeva.

## ORGANIZACIJSKE VJEŠTINE

### ● **Poslovne vještine**

Samostalnost u radu

Sklonost timskom radu

Pristojan i profesionalan odnos u radu s osobljem i strankama.

Dobro i aktivno korištenje MS Office paketa

## CERTIFIKATI

24. OŽUJKA 2021.

### ● **Osnovni tečaj prve pomoći (Modul A + B)**

25. OŽUJKA 2021.

### ● **Osnovni stupanj edukacije volontera**

17. LIPNJA 2021.

### ● **Obuka interventnog tima HCK**

## VOZAČKA DOZVOLA

● **Vozačka dozvola:** B