

Prezentacja nt. założeń projektu „Kampanie edukacyjno-informacyjne” realizowanego w ramach działania 3.4 Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa.

## KAMPANIE INFORMACYJNO-EDUKACYJNE

Projekt realizowany w ramach działania 3.4  
„Kampanie edukacyjno-informacyjne na rzecz upowszechnienia korzyści  
z wykorzystania technologii cyfrowych”  
Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa 2014-2020

### PODSTAWA DO REALIZACJI KAMPANII

Kampanie edukacyjno-informacyjne są elementem Programu Polska Cyfrowa na lata 2014-2020 (POPC).

Program przewiduje kompleksowe działania oraz inwestycje w obszarze cyfryzacji i technologii informacyjno-komunikacyjnych, w tym szereg działań nakierowanych na podnoszenie kompetencji cyfrowych społeczeństwa.

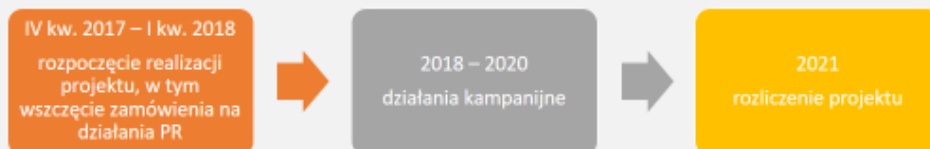
W ramach działania 3.4 przewidziano dofinansowanie na realizację kampanii edukacyjno-informacyjnych, w ramach których planowana jest realizacja działań PR.

## PARTNERSTWO

Kampanie informacyjno-edukacyjne są realizowane przez Ministerstwo Cyfryzacji (Lider projektu) we współpracy z Naukową i Akademicką Siecią Komputerową – Państwowy Instytut Badawczy (Partner projektu)



## HARMONOGRAM PROJEKTU



## OBSZARY KAMPANII

Zgodnie z założeniami Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa przewidziano realizację kampanii w czterech obszarach. Zdefiniowano je jako:

jakość życia

e-usługi publiczne

bezpieczeństwo w sieci

programowanie

Internet  
zwiększa  
komfort  
mojego życia

## JAKOŚĆ ŻYCIA

**Problem:** Brak świadomości pozytywnego wpływu TIK na jakość życia

**Grupa docelowa:**

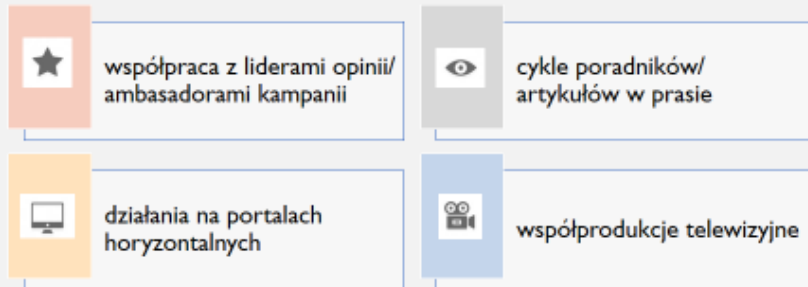
- osoby w wieku 45-64 lata, które są w zasięgu internetu, ale z niego nie korzystają lub korzystają sporadycznie
- przedsiębiorcy, szczególnie prowadzący małe i mikroprzedsiębiorstwa, którzy często nie mają świadomości możliwości biznesowych, jakie płyną z cyfryzacji (jakość życia rozumiana również jako jakość prowadzenia biznesu)

**Cele:**

Zwiększenie świadomości wpływu TIK na poprawę jakości życia obywateli Polski, w zakresie:

- korzystania z e-usług prywatnych i publicznych
- korzystania z dóbr kultury i z rozrywki
- korzystania z materiałów edukacyjnych
- komunikacji z innymi osobami
- możliwości płynących z cyfryzacji w przedsiębiorstwach

## JAKOŚĆ ŻYCIA KLUCZOWE DZIAŁANIA



\*grafika: <http://pl.freepik.com>

Znam e-usługi,  
korzystam z  
e-administracji

## E-USŁUGI PUBLICZNE

**Problem:** Niewystarczająca świadomość możliwości wykorzystania przez obywateli usług e-administracji

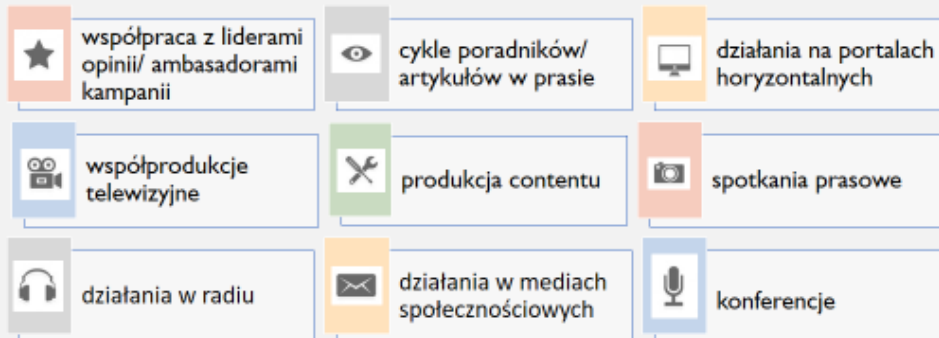
**Grupa docelowa:**

- pełnoletni obywatele (18+) już korzystający z Internetu oraz poszczególne grupy docelowe, którym dedykowane są konkretne e-usługi

**Cele:**

- Wzrost świadomości społeczeństwa w zakresie korzystania z e-usług publicznych, w tym:
- wzrost świadomości istnienia usług e-administracji oferowanych centralnie i przez samorządy
  - wzrost umiejętności poszukiwania pomocnych informacji na temat korzystania z e-usług publicznych
  - zbudowanie zaufania i pozytywnych postaw wobec usług e-administracji (zainteresowanie i zaangażowanie oraz chęć spróbowania), niwelowanie niechęci i lęku poprzez budowanie świadomości bezpieczeństwa tych usług i następujących korzyści z ich użytkowania:
    - ✓ oszczędność czasu – sprawne i efektywne załatwianie spraw
    - ✓ bezpieczeństwo – stosowanie przez administrację najwyższych standardów bezpieczeństwa

## E-USŁUGI PUBLICZNE KLUCZOWE DZIAŁANIA



\*grafika: <https://pl.freepik.com>

Świadomie  
korzystam  
z Internetu

## BEZPIECZEŃSTWO W SIECI

**Problem:** Niewystarczający poziom wiedzy i świadomości w zakresie bezpieczeństwa w internecie

**Grupa docelowa:**

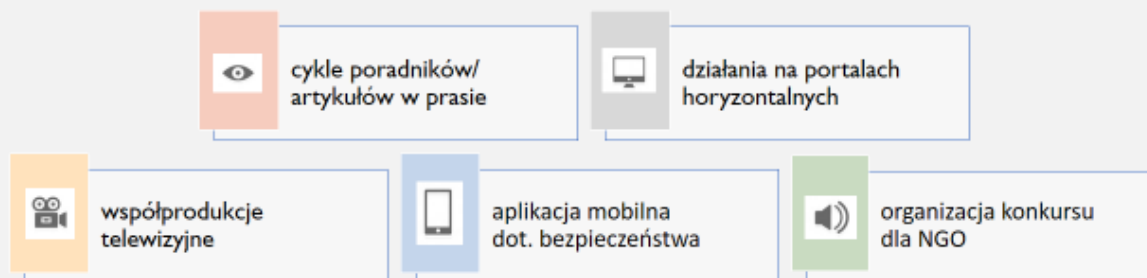
- dorośli korzystający z internetu, o niskiej świadomości zagrożeń, z uwzględnieniem przedsiębiorców
- opiekunowie dzieci

**Cele:**

Wzrost świadomości społeczeństwa w zakresie bezpieczeństwa w Internecie, zagrożeń i radzenia sobie z nimi, w tym:

- wzrost świadomości zagrożeń związanych z korzystaniem z Internetu
- jednoczesne zachowanie i wzmocnienie postawy zaufania wobec działań w sieci wśród obywateli
- wzrost świadomości wagi ochrony danych osobowych
- wzrost świadomości dotyczącej zagrożeń wobec dzieci związanych z ich aktywnością w internecie

## BEZPIECZEŃSTWO W SIECI KLUCZOWE DZIAŁANIA



\*grafika: <http://pl.freepik.com>

Programowanie  
to rozumienie  
rzeczywistości

## PROGRAMOWANIE

**Problem:** Niewystarczająca wiedza i dostęp do wiedzy i umiejętności w zakresie programowania

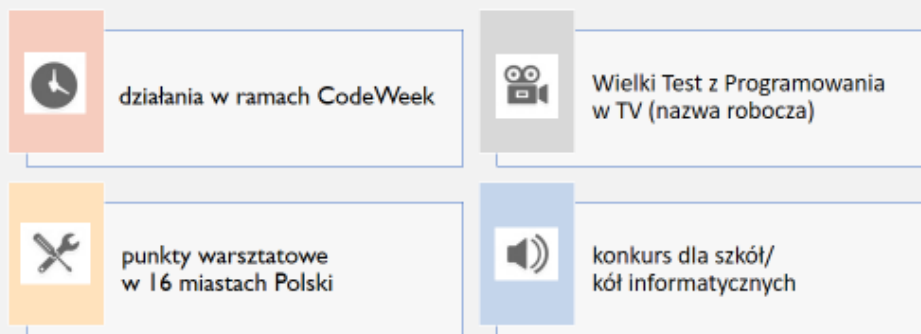
**Grupa docelowa:** Rodzice i opiekunowie dzieci w wieku szkolnym (przedział wiekowy: 30-50)

**Cele:**

Wzrost świadomości, kompetencji i dostępu do wiedzy w zakresie programowania wśród społeczeństwa, w tym:

- wzrost świadomości korzyści z nauki programowania wśród rodziców dzieci w wieku szkolnym (z punktu widzenia kluczowych kompetencji, szans na rynku pracy, wykorzystania w różnych obszarach życia), a pośrednio – również u dzieci w wieku szkolnym
- „odczarowanie” słowa „programowanie” wśród rodziców (ukazanie im, że jest to kompetencja, którą ich dziecko może nabyć bez ogromnych nakładów pracy, przez zabawę itp.)
- zachęcenie rodziców do motywowania i wsparcia dzieci w nauce programowania, uczenia ich w domu, przy pomocy narzędzi dostępnych w internecie
- zachęcanie do organizacji inicjatyw w ramach CodeWeek

## PROGRAMOWANIE KLUCZOWE DZIAŁANIA



\*grafika: <http://pl.freepik.com>

## DZIAŁANIA PR, JAKO ELEMENT KAMPANII

Zgodnie z założeniami kampanii edukacyjno-informacyjnych, **działania PR mają być prowadzone we wszystkich zidentyfikowanych obszarach kampanii.** Założeniem jest, że **będą uzupełniać działania informacyjne** (np. płatną emisję materiałów w prasie czy na portalach internetowych) **oraz edukacyjne** (realizację konkursu dla szkół/ kół informatycznych oraz organizacji pozarządowych czy prowadzenie punktów warsztatowych).

Celem działań PR jest wzmocnienie zaplanowanych elementów kampanii, poprzez szerokie prezentowanie tematów związanych z cyfryzacją, w szczególności dotyczących rozwoju kompetencji cyfrowych, e-usług, bezpieczeństwa w sieci czy edukacji związanej z programowaniem. Tematy te mają horyzontalny charakter, często dotyczą codziennych spraw, są przydatne i interesujące dla odbiorców.