



# **ELU PROJEKTI PORTFOOLIO**

## **“Koos suudame” ürituse korraldus**

### **Grupp 1 liikmed:**

Agnes Nõmm, Mari Viil, Liis Tossmann, Loore Kõiv,

Anneli Plaado, Riin Pross, Benjamin Kogan

### **Juhendajad:**

Maarja Hallik, Anu Tammeleht

### **Kaasjuhendaja:**

Naima Vilms

**Tallinna Ülikool**

**2024**

## **Projekti lähteülesanne, eesmärgikirjeldus ja grupiliikmete rollidejaotused projektis:**

Proovikivi on hariduslik koostööprogramm, mille põhieesmärgiks on muuta haridust praktilisemaks, toetades samal ajal ka Eesti riigi ning ÜRO arengueesmäärke. Eesti riigi ja ÜRO arengueesmärkide alla kuuluvad sellised olulised teemad nagu vaesuse vähendamine, keskkonnakaitse, ühiskondlike lõhede vähendamine, inimeste vaimne tervis, kuid ka paljud teised olulised teemad. Projektiga soovitakse muuta tavapärane õppimine tähenduslikumaks ja innustada noori ühiskondlikult olulistel teemadel kaasa rääkima ja kogukonda panustama.

Käesoleva projekti eesmärk (grupil 1) oli läbi viia ning arendada “Koos suudame” (17.05.2024) konkursi kommunikatsiooni ja turundust, et info konkursist jõuaks veelgi suurema hulga huvilisteni. Lisaks turundusele ja kommunikatsioonile on eesmärk leida sponsorid ja/või koostööpartnereid, kes toetaksid eelkõige 17. mail 2024 toimuva lõpuürituse korraldust.

### **Probleemi olulisus, kirjeldus ja meetoditevalik**

Antud konkursi korraldamine on äärmiselt oluline kuna pakub noortele suurepärase platvormi oma võimete ja potentsiaali demonstreerimiseks. See annab neile võimaluse osaleda loomingulistes ja intellektuaalsetes ülesannetes, mis aitavad neil arendada oma oskusi, teadmisi ja enesekindlust. Konkurs aitab noortel avastada uusi talente ja huvisid ning annab neile väärtuslikke kogemusi, mis on kasulikud nii nende haridusteel kui ka tulevases karjääris.

Eesti haridussüsteem on saavutanud PISA testides suurepäraseid tulemusi, aga siiski on viimased uuringud toonud esile sügavama murekohta: hariduse liigne teoreetiline kalduvus. Muutuvas tööturust ja maailmas vajavad noored aga hoopis praktilisi oskusi, mis aitavad neil edukalt toime tulla tulevaste väljakutsetega. Nende hulka kuuluvad näiteks meeskonnatöö, probleemide lahendamine, suhtlemisoskus ja loovus.

Sidusa Eesti arengukava toob esile fakti: Eesti noored osalevad vabatahtlikus töös märkimisväärselt vähem kui nende eakaaslased teistes Euroopa Liidu riikides (27% vs 31%). See viitab ebapiisavale praktilisele kogemusele ja kodanikuaktiivsuse puudumisele noorte seas.

Uuringud, sealhulgas Kõuts-Klemm et al. (2019) Catch-EyU projekti raames tehtud uuring, näitavad murettekitavat trendi: kolmandik Eesti noortest on poliitiliselt passiivsed või võõrandunud. Kuigi 2022. aasta rahvusvaheline kodaniku uuring näitab, et kuigi 15-aastaste õpilaste kodanikuteadmised on üsnagi head, ei suuda nad neid teadmisi praktikasse rakendada. See kajastub noorte madalamas osalemises oma koolis, kogukonnas ja poliitilises elus võrreldes Euroopa keskmisega (Haridus- ja Teadusministeerium, 29.11.2023).

Paraku on tõestatud, et just osalemise kogemus erinevates projektides aitab noortel arendada kodanikupädevusi ja annab neile enesekindlust reaalses ühiskonnas osaleda (Hahn, 2010; Malleus, 2015). Seega on äärmiselt oluline leida lahendusi, mis aitaksid noori kodanikuaktiivsusele motiveerida. Proovikivi ning "Koos suudame" konkursi korraldamine on üheks suurepäraseks väljakutseks õpilastele.

Grupp 1 põhieesmärk oli edendada ja juhtida Proovikivi projekti ning "Koos suudame" konkursi turundus- ja kommunikatsioonistrateegiaid. Projekt keskendus peamiselt teadlikkuse tõstmisele noorte seas, mille tõttu oli hädavajalik leida meetodid, mis on kõige tõhusamad, et projektid noorte hulgas laiemat kõlapinda leiaksid.

Selleks, et jõuda suurema hulga noorteni, pidi meie grupp tegema koostööd sotsiaalmeediagrupiga, kes mõistsid süvitsi digitaalse turunduse tööriistu ja -kanaleid, sealhulgas sotsiaalmeedia platvorme.

Grupi eesmärk oli luua osalejatele nii vaimset kui füüsiliselt turvaline keskkond, kus oma projekte esitleda ja tunnustust vastu võtta. Üritusel kasutati Impact Day poolt valmistatud ergutavat videotervitust, mille edastas Kristel Aaslaid on noorte seas tuntud ja soositud suunamudija. Lisaks rääkis inspireeriva kõne Siseministeeriumi esindaja Martin Tulit. Gruppideks jaotamisel kasutati õppemeetodit "icebreaker" näol, mis aitas osalejatel kiiresti tutvuda. Samuti oldi tihedas suhtluses koostööpartneritega, et tagada ühtne sõnum ja ühiste eesmärkide saavutamine, mis omakorda aitas tugevdada sidemeid ja suurendada projekti nähtavust ja mõju (Powell & Ralls, 2010).

Projekti käigus oli samuti väga oluline kontaktide kogumine ja nende säilitamine, mille tarbeks kasutati efektiivse suhtevõrgustiku loomise põhimõtteid ja strateegiaid, nagu kirjeldatud Grahami poolt 2012. aastal. Projekti meeskond pühendus aktiivselt võrgustike arendamisele ja pikaajaliste partnerlussuhete loomisele, mis olid hädavajalikud projekti laiemate eesmärkide saavutamiseks. Tugeva suhtevõrgustiku ülesehitamine võimaldas projektiga seotud isikutel luua usaldusväärseid sidemeid, mis toetasid nii vahetut projektitegevust kui ka laiemat mõju levikut. (Graham, 2012).

Lisaks turundustegevustele oli meie grupi üheks oluliseks ülesandeks ka sponsorite leidmine. Selleks, et sponsorite kaasamine ja koostöö sujuvalt kulgeks, oli vajalik põhjalikult tutvuda sponsoreerimisega seotud põhimõtete ja asjakohase kirjandusega. (Wakefield, et al, 2020; Cornwell & Kwon, 2020)

On tähtis rõhutada, et Facebooki reklaamide tõhusaks haldamiseks ei piisa ainult tausta teadmistest ega varasemast kogemusest, vaid tuleb arvestada platvormi keerukust ja pidevat arengut. Facebooki suur ja pidevalt muutuv kasutajaliides võib sageli esitada erinevaid tehnilisi väljakutseid (Ganilo, 2022).

Grupi põhiliseks suurimaks praktiliseks ülesandeks on suusõnaline turundus haridusasutustes kohapeal. Nagu juba mainitud, on tegu ühe kõige usaldusväärsema turundusliigiga (Sirma, 2009), mis ei nõua nii palju ressursse kui suure reklaamkampania korraldus. Suusõnalise reklaami nõudlus on kasvutrendis, sest traditsiooniline turundus mõjutab tarbijaid varasemast vähem ning ka traditsiooniliste turundussõnumite usaldus on vähenenud. Kui tarbijatel on tootega (meie puhul teenusega) informatiivne ning vahetu kogemus, levitavad nad suurema tõenäosusega ka ise omakorda suusõnalist reklaami edasi ning aitavad seeläbi veelgi teadlikkust suurendada. (Sirma, 2009)

## **Tegevuste kirjeldus ja sidusgruppide ni jõudmine**

Selle projekti põhilisteks sidusrühmadeks on õpilased, õpetajad, noorsootöötajad ja ettevõtjad ehk kõik, kes saaksid osa võtta “Koos suudame” konkursist. Proovikivi “Koos suudame” konkursile olid oodatud osalema kahe erineva vanuseklassi õpilased: 7.9 klass ja 10-12 klass. Projekti olid kaasatud ka erinevad organisatsioonid ja ettevõtted, kellel oli võimalus panustada ürituse läbiviimisel kas sponsorina või koostööpartnerina. Siinkohal tooksin välja Huvi Outdoor töötoa ja ka meie projektiga lõimunud teise Tallina Ülikooli ELU projekti “Veekogude seire”. Projekti sidusgruppe ei ole võimalik konkreetset näitajatega näitlikustada, sest projekt kaasab erinevate erialade ja sugudega sidusgruppe, pakkudes kõigile osapooltele võimalust üksteiselt õppida. Sidusrühmade püüdmisel on suureks abiks projekti koostööpartnerid (Siseministeerium, HARNO, Kogukonnapraktika), kes on oma laia jälgijaskonda ära kasutanud projekti turundamiseks.

## Projekti jätkusuutlikkus

Projekti jätkusuutlikkuse tagab asjaolu, et see ei ole pelgalt ajutine ettevõtmine, mis toimub üksnes ELU projekti raames, vaid on osa laiemast ja pikaajalisest hariduslikust koostööprogrammist, mille eesmärgid ulatuvad kaugemale üksikute semestrite raamidest. Tudengid on seni panustanud projekti "Proovikivi" ja "Koos suudame" konkursi raames nelja semestri jooksul ning antud projekti kavandavad jätkata oma tegevusi ka edasi. Tööjaotus on struktureeritud nii, et iga grupp täidab kindlaid rolle vastavalt semestri eripärale.

Sügissemestri ELU projekti grupi ülesandeks oli valmistada ette konkursile eelnevad tegevused, mis hõlmavad Proovikivi veebilehe täiendamist, varasemate osalejate kogemuslugude kogumist ning Proovikivi programmi ja "Koos suudame" konkursi aktiivset turundamist. See ettevalmistustöö on kriitiline, et tõsta teadlikkust ja kaasata laiemat osalejaskonda.

Kevadsemestri grupp võttis seejärel teatepulga üle, keskendudes "Koos suudame" projekti praktilisele teostusele ja lõpuürituse korraldamisele, mis on planeeritud toimuma 17. mail 2024. Lõpuüritus ei ole lihtsalt projekti kulminatsioon, vaid ka oluline hetk partneritele ja osalejatele saavutuste esitlemiseks ja tulevikuplaanide arutamiseks.

Projekti strateegiline juhtimine on usaldatud kolmele kogenud juhendajale: Maarja Hallikule, Anu Tammelehele, kes on selle koostööprogrammi algatajad ja eestvedajad ja ühele üliõpilasest kaasjuhendajale Naima Vilms. Nende juhtimisel on tagatud, et kõik projekti väljundid ja materjalid jäävad kindlatesse kättesse ning et projekt jätkub ka tulevikus.

Lisaks on projekti jätkusuutlikkusele kaasa aidanud mitmed koostööpartnerid, sealhulgas Sotsiaalministeerium, Teeviit, Veekogude seire. Nende koostööpartnerite toetus ei ole piirdunud ainult finantsilise panusega, vaid ka nende aktiivne osalemine ja projektis nähtavus on suurendanud ürituse prestiiži ning tõsiseltvõetavust. Koostööpartnerite kaasamine on osutunud üheks kriitiliseks teguriks, mis on aidanud Proovikivi ja "Koos suudame" konkursil aastate jooksul kasvada ja laiemale publikule tuntust koguda.

## Projekti tegevuskava

Tegevuste nimetus ja lühikirjeldus	Toimumise tähtaeg	Sidusgrupp	Vastutaja(d)
Tegevuskava tutvustamine, täpne rollide jaotus	28.02	ELU üliõpilased	kõik
Tegevuskava täiendamine, tegevuste planeerimine	14.03	ELU üliõpilased	kõik
Esmane sponsorkiri valmis ja välja saata	28.02	Potentsiaalsed koostööpartnerid	Naima, Liis
Teadusallikate otsimine ja läbitöötamine	20.03	ELU üliõpilased	Loore, Anneli
Vahenädala kokkuvõte	20.03	ELU üliõpilased	Loore, Anneli
Vahenädala ettekanne/esitlus	20.03	ELU üliõpilased	kõik
Suuremas osas sponsorite kokkulepped tehtud	01.05	ELU üliõpilased	Naima; Liis
“Koos suudame” konkursi läbiviimine	17.05	Potentsiaalsed juhendajad + õpilased	kõik
Ürituse ajakava	22.03	ELU üliõpilased	kõik
Toimumise koht	15.04	ELU üliõpilased	kõik
Töötuba: “Veekogude seire programm” ja HUVI Outdoor	22.03	Juhendajad, õpilased, üliõpilased, ettevõtted	Liis, Agnes
Lõplik eelarve	10.05	ELU üliõpilased	kõik
Ruumide ja tehnika ettevalmistus	17.05	ELU üliõpilased	kõik
Ürituse juht/läbiviija	17.05	Juhendajad, õpilased, üliõpilased	Anneli, Loore
Toitlustus	17.05	Juhendajad, õpilased, üliõpilased	Liis, Naima
Koostada projekti kokkuvõte ja panna kirja soovitusel järgmise semestri ELU tudengitele	20.05	ELU üliõpilased	kõik
ELU projekti kaitsmine	23.05	ELU üliõpilased	kõik

## Kommunikatsioon sidusrühmadele

Projekti eesmärk korraldada Proovikivi ja “Koos suudame” konkursi üritus sai edukalt täidetud. “Koos suudame” konkurss leidis aset 17.05.2024 Tallinna Prantsuse Lütseumis. Konkurss oli suunatud eelkõige õpilastele ja juhendajatele-õpetajatele. Konkurss oli üsna edukas ja projekte esitati kahes vaunsegrupis kokku 27. Ürituse tutvustamise jaoks kasutasime erinevaid sotsiaalmeedia platvorme, ekooli ning ka suusõnalist turundust.

Viisime koolidesse ELU projekti raames loodud plakateid ja kleepse. Esmalt kaardistasime õppeasutused, kuhu soovime lühikese projekti perioodi jooksul turundusmaterjalid viia ja kirjutasime koolile materjalide üles riputamiseks kooskõlastava kirja. Tutvustasime projekti aktiivselt oma tutvusringkondades ja kasutasime ära nii isiklike kui töölaseid kontakte projekti turundamiseks. Suureks eeliseks oli et tutvusringkondadesse kuulus palju õpetajaid, kelle kaudu oli hea infot edastada koolidesse ning kes oma töökohal seda infot jagas õpilastele. Kasutasime koolides eelmiste ELU projektis osalenud õpilaste poolt loodud visuaale. Muutsime vaid kuupäevi.

Kleepsude visuaalidega saab tutvuda siin: [📄 Koos suudame kleepsud 2023.pdf](#)

Plakatite visuaalidega saab tutvuda siin: [📄 KS plakat ENG.pdf](#), [📄 KS plakat EST.pdf](#) ja [📄 KS plakat RUS.pdf](#)

Oleme viinud plakateid ja kleepse paljudesse Tallinna koolidesse, nagu näiteks Tallinna 21. Keskkooli, Tallinna Arte Gümnaasiumisse, Mustamäe Riigigümnaasium. Otsustasime saata laiali ka üle Eesti nii plakatid kui ka kleepsud postiga.

Koolides kus kohal käisime, saab tutvuda siin: Koolid

Sotsiaalmeedias tegime nähtavaks sponsorid ja koostööpartnerid. Samuti lõime eraldi üritusena Facebooki “Koos suudame” ürituse. Lähemalt saab Proovikivi Facebooki, Instagrami ja TikTok lehega tutvuda siin: [Proovikivi\\_Facebook](#) ; [Proovikivi\\_Instagram](#) ; [Proovikivi\\_TikTok](#)

Kogu projekti vältel oleme tegelenud sponsorite otsimisega. Sponsorite leidmine osutus alguses üsna raskeks, sest vastajaid oli vähe. Aga ürituse ajaks olime siiski saanud päris mitmed head pakkumised. Suurimatest ning tuntumatest ettevõtetest on Proovikivi ja “Koos suudame” konkursi nõustunud toetama sellised ettevõtted nagu Tere, Euronics, Kuulsaal, Rebaseonu ja Kikas. Väikeseks murekohaks kujunes see, et ettevõtteid, kes oleksid nõus projekti toetama on palju, kuid seda tehakse eelkõige kinkekaartide või toodete kujul. Tulevikus võiks projekt aga edasi areneda selles suunas, et oleks rohkem ettevõtteid, kes oleks nõus projekti ka rahaliselt toetama. Lisaks oleks hea kui aastate jooksul

kujuneksid välja püsivad koostööpartnerid, kes sooviksid projekti ellu viimisesse igal aastal panusatada.

Kogu sponsorite list on leitav siit: [Sponsorid](#)



## Kasutatud kirjandus:

- Choi, Y., Shim, S., & Jeon, M. (2023). The Younger, the TikToker: Investigating Social Media Ad Platforms for Young American and Chinese Users. *Journal of Promotion Management*, 1–20. <https://doi-org.ezproxy.tlu.ee/10.1080/10496491.2023.2279773>
- Ganilo, G. R., (2022, 18. oktoober). Why Is Facebook Ads So Complicated? Srsly. *Web Friendly*. <https://webfriendly.com/facebook-ads-complicated/>
- Graham, A. (2012). *From business cards to business relationships [electronic resource] : personal branding and profitable networking made easy / Allison Graham*. John Wiley & Sons.
- Haridus- ja Teadusministeerium (29.11.2023). Kodanikuhariduse uuring kinnitab, et Eesti noored on teadlikud kodanikud. Allikas: <https://www.hm.ee/uudised/kodanikuhariduse-uuring-kinnitab-et-eesti-noored-teadlikud-kodanikud>
- Kõuts-Klemm, R., Kalmus, V., Kutsar, D., Ainsaar, M., Beilmann, M., Kasearu, K.,| Soo, K. (2019). Noored ja ühiskond: osalus, rahulolu ja toimevõime. *Riigikogu Toimetised* 40/2019, lk 113-123
- Malleus, E. (2015). In: Kikas, E. & Toomela, A. (Eds.) *Õppimine ja õpetamine kolmandas kooliastmes. Üldpädevused ja nende arendamine*. Eesti Ülikoolide Kirjastus
- Sırma, E. (2009). Word-of-mouth marketing from a global perspective. In SIRMA, Eda - Word-of-mouth marketing from a global perspective [Em linha]. Lisboa: ISCTE, 2009. Dissertação de mestrado. [Consult. Dia Mês Ano] Disponível em www.
- Powell, J. A., & Ralls, L. S. (2010). Best Practices for Internet Marketing and Advertising. *Franchise Law Journal*, 29(4), 231–238.
- Wakefield, L., Wakefield, K., & Lane Keller, K. (2020). Understanding Sponsorship: A Consumer-Centric Model of Sponsorship Effects. *Journal of Advertising*, 49(3), 320–343. <https://doi-org.ezproxy.tlu.ee/10.1080/00913367.2020.1751011>