Na terenie Opola Lubelskiego kontynuowany jest program „Owocna komunikacja”, realizowany przez STOWARZYSZENIE OWOCNE INWESTYCJE, w ramach dofinansowania w konkursie „Lubelskie Lokalnie Mikrodotacje FIO” na realizację programu edukacyjnego dla młodzieży szkół podstawowych. Program dotyczy DODATKOWYCH ZAJĘĆ DLA MŁODZIEŻY Z MARKETINGU LOKALNYCH PRODUKTÓW i realizowany jest w trzech szkołach podstawowych Gminy Opole. Inicjatywą objęte zostały SP nr 1 w Opolu Lubelskim, SP nr 2 w Opolu Lubelskim oraz SP w Kluczkowicach.

Jest to kolejna edycja programu. Poprzednia zakończona została w grudniu 2017 roku.

Zajęcia prowadzone są w oparciu o praktyczne wykorzystanie wiedzy we współpracy z praktykami i specjalistami oraz przedsiębiorcami z Opola Lubelskiego.

Stowarzyszeniu Owocne Inwestycje podjęły się praktycznej pomocy w realizacji wyznaczonych zadań.

Celem programu jest:.

* Kształtowanie u uczniów aktywnych postaw i pobudzanie aspiracji społecznych.
* Wzrost poczucia lokalnej tożsamości konsumenckiej.
* Wzrost wiedzy na temat lokalnych firm i lokalnie działającej przedsiębiorczości.
* Rozwój praktycznych umiejętności z zakresu promocji i marketingu gospodarczego.
* Rozwój postawy przedsiębiorczej młodzieży z terenu gminy Opole Lubelskie.

W ramach programu zaplanowane zostały zajęcia kształtujące u uczniów postawy twórcze, przedsiębiorcze, aktywności edukacyjnej i zawodowej w formie ćwiczeń, warsztatów, indywidualnej pracy ucznia, pracy z przedsiębiorcą.

Program zajęć w ramach programu pn. „Owocna komunikacja” jest propozycją wzbogacającą wiedzę   
i praktyczne umiejętności ucznia: I etap zakłada teoretyczne przygotowanie z zakresu marketingu; II etap to praca z wybranym przedsiębiorcą w celu organizacji kampanii reklamowej lokalnego produktu, poznanie lokalnego przedsiębiorstwa, III etap to budowanie lokalnej kampanii promocyjnej wybranego produktu – praca w zespołach, zaś IV etap zakłada wyłonienie i nagrodzenie najlepszych projektów marketingowych.

Liczymy na to, iż program po raz kolejny spełni zadania, takie, jak dostarczenie elementarnej wiedzy z dziedziny marketingu, rozwijanie ducha przedsiębiorczości, wzbudzanie wyobrażeń, pomysłowości na temat przyszłej aktywności zawodowej i gospodarczej, rozwijanie lokalnej tożsamości konsumenckiej, wzrost świadomości na temat lokalnych produktów i działających firm, ukształtowanie nawyków konsumenckich i świadomości konsumenckiej związanych z lokalnymi produktami.

Obecnie, po warsztatach w szkołach trwa etap indywidualnej pracy z przedsiębiorcami.