

Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2016 rok

Termin realizacji (miesiąc/rok)	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Zakładane / zrealizowane wskaźniki realizacji działania	Planowane / zrealizowane efekty działań komunikacyjnych	Planowany lub poniesiony koszt zadania
I połowa 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020	wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, j.s.t. i mieszkańcy obszaru	<ul style="list-style-type: none"> artykuł w prasie lokalnej, artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych strona internetowa LGD informacja telefoniczna do osób, które złożyły fiszki projektowe 	<ul style="list-style-type: none"> liczba artykułów w prasie lokalnej: 1 szt., liczba informacji zamieszczonych na portalach społecznościowych: 4 szt., liczba wejść na stronę internetową: 50 miesięcznie 	<ul style="list-style-type: none"> liczba osób –poinformowanych o zasadach LSR, liczba osób, która pozna zasady LRS, nakład jednej gazety lokalnej – 4200 szt., zakładamy, że 50% zapozna się z artykułem - około 2100 osób, poprzez stronę internetową i portale społecznościowe 100 osób, 150 osób przez informacje telefoniczną 	1 000,00 zł koszt ogłoszenia
II połowa 2016	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020	wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> artykuł w prasie lokalnej udział w imprezach lokalnych ulotki dni otwarte-punkt inform- 	<ul style="list-style-type: none"> liczba artykułów w prasie lokalnej: 1 szt. liczba stoisk promocyjnych: 2 szt. liczba wydanych ulotek: 300 szt. liczba konsultacji: 40 szt. liczba wejść na stronę internetową: 	<ul style="list-style-type: none"> liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR, liczba osób, która pozna ideę działania LSR - nakład jednej gazety lokalnej - 4200 szt., zakładamy, że 50% zapozna się z artykułem, to około 2100 osób 	1 000,00 zł ujęto koszt ogłoszenia wydruk ulotek koszt 1 000,00 zł

				<p>macyjno-doradczy w Biurze LGD</p> <ul style="list-style-type: none"> • strona internetowa LGD 	<p>(50 miesięcznie); Liczba ogłoszeń, postów na stronie internetowej, portalu społecznościowym, tablicach ogłoszeń w instytucjach pożyteczności publicznej. (4 na miesiąc)</p>		<p>Koszt przygotowania stoisk promocyjnych 1 000,00 zł</p>
II połowa 2016	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach ubiegania się o dofinansowanie w tym poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD - Promocja dofinansowań wśród grup defaworyzowanych i przedsiębiorców</p>	<p>Spotkania nt. aplikowania o dofinansowanie, rozliczania projektów oraz oceniania i wyboru projektów przez LGD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • grupy defaworyzowane • wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności - Przedsiębiorcy lub osoby fizyczne, którzy chcą założyć lub rozwijać działalność gospodarczą, rolnicy oraz przedstawiciele NGO i JST, mieszkańcy obszaru 	<ul style="list-style-type: none"> • spotkania z grupami defaworyzowanymi • szkolenia, warsztaty • materiały szkoleniowe, warsztatowe rozdane na spotkaniach 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba szkoleń, warsztatów: 4 spotkania • ilość materiałów szkoleniowych, warsztatowych rozdanych na spotkaniach: 80 szt. 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba osób na szkoleniach: 80 osób (listy obecności) • liczba osób, która podniosła swoje kompetencje: 60 osób (testy przed i po szkoleniu, ankiety) 	<p>1 500,00 zł ujęto koszt przygotowania szkoleń</p>

