



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich:  
Europa inwestująca w obszary wiejskie.

## Harmonogram realizacji Planu Komunikacyjnego - II półrocze 2016 r.

Lp.	Zadania komunikacyjne – środki/narzędzia komunikacji ze społecznością lokalną	Jednostka miary	Wartość	Cel komunikacji	Adresaci	Planowane efekty
Kampania informacyjna i medialna nt. głównych założeń LSR. Punkt informacyjny						
1	Prowadzenie i aktualizacja strony internetowej LGD	Zadanie	1	Informowanie potencjalnych wnioskodawców o celach LSR i sposobie jej realizacji, kryteriach oceny operacji, zasadach przyznawania środków w ramach wsparcia z budżetu LSR	Osoby fizyczne zamierzające podjąć działalność gospodarczą, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, j.s.t., grupy defaworyzowane, społeczność lokalna	Zainteresowanie potencjalnych beneficjentów podejmowaniem aktywności zawodowej i/lub społecznej w zakresie możliwości pozyskiwania środków zewnętrznych.
2	Artykuły na stronach internetowych j.s.t. oraz ogłoszenia na portalach lokalnych i społecznościowych	Liczba opublikowanych artykułów	6			
3	Artykuły/ Ogłoszenia w prasie lokalnej		4			
4	Plakaty	Ilość wydanych materiałów	100 szt			
5	Ulotki / broszury informacyjne		200 szt			
6	Poczta elektroniczna	Liczba wysłanych wiadomości	50			
7	Doradztwo w biurze LGD	Ilość udzielonego doradztwa	30 os.			
8	Spotkania informacyjne	Liczba zorganizowanych spotkań	1			
9	Zadania w zakresie animacji społeczności lokalnej	Liczba zadań	6			
Akcje promocyjno-informacyjne w zakresie promocji samozatrudnienia Kampania medialna i internetowa Działania szkoleniowe Punkt informacyjny						
10	Ogłoszenia o naborze na stronie internetowej LGD	Liczba opublikowanych artykułów	1	Informowanie potencjalnych wnioskodawców o celach LSR i sposobie jej realizacji, kryteriach oceny operacji, zasadach przyznawania środków w ramach wsparcia z budżetu LSR	Osoby fizyczne zamierzające podjąć działalność gospodarczą, w tym <b>grupy defaworyzowane z obszaru LGD</b>	Zainteresowanie pozyskaniem środków na rozpoczęcie działalności gospodarczej./ Utworzenie nowych przedsiębiorstw. / Utworzenie nowych miejsc
11	Ogłoszenia o naborze na stronach internetowych j.s.t. oraz ogłoszenia na portalach lokalnych i społecznościowych		5			
12	Ogłoszenia w prasie lokalnej		2			
13	Spotkania informacyjno-konsultacyjne		Liczba zorganizowanych spotkań			

14	Szkolenia	Ilość przeprowadzonych szkoleń	1			pracy./ Podniesienie kwalifikacji zawodowych./ Rozwój branży turystycznej.
15	Doradztwo udzielone przez pracowników biura LGD	Liczba udzielonego doradztwa	25			
16	Informacje na tablicach ogłoszeń	Liczba zamieszczonych ogłoszeń	5			
17	Broszury	Ilość wydanych broszur	50			

Akcje promocyjno-informacyjne nt. Grantów  
Kampania medialna i internetowa  
Działania szkoleniowe  
Punkt informacyjny

18	Ogłoszenie na stronie internetowej LGD oraz jednostek samorządu terytorialnego	Liczba opublikowanych artykułów	7	Informowanie o naborze na Granty realizowane w ramach celu 2 i 3 oraz przeprowadzenie szkoleń, konsultacji i doradztwa w ramach celu 4 LSR	Osoby prawne i fizyczne z obszaru LGD: m.in. organizacje społeczne, organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, parafie	Wzmocnienie tożsamości mieszkańców z obszarem poprzez umożliwienie realizacji lokalnych inicjatyw.  Aktywizacja i animacja społeczności lokalnej
19	Doradztwo udzielone przez pracownika biura LGD	Liczba udzielonego doradztwa	10			
20	Spotkania informacyjno-konsultacyjne	Liczba zorganizowanych spotkań	2			
21	Szkolenia	Ilość przeprowadzonych szkoleń	1			
22	Informacje na tablicach ogłoszeń	Ilość zamieszczonych informacji	2			
23	Broszury	Ilość wydanych broszur	20			

Kampania medialna  
Punkt informacyjny

24	Badania ankietowe	Liczba otrzymanych ankiet	20	Monitorowanie jakości stosowanych metod komunikacyjnych	Org. społeczne, j.s.t., organizacje pozarządowe, instytucje kultury, przedsiębiorcy, os. fizyczne zamierzające podjąć dział. gosp., mieszkańcy obszaru LGD „Kraina Nafty“, <b>grupy defaworyzowane</b>	Dostosowanie właściwych środków komunikacyjnych do odpowiednich grup docelowych
25	Wiadomości przesłane pocztą elektroniczną	Liczba przekazanych wiadomości	20			
26	Badania ankietowe	Liczba otrzymanych ankiet	20	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD i organizowanych szkoleń	Mieszkańcy obszaru LGD, uczestnicy szkoleń, osoby korzystające z doradztwa LGD, w tym <b>grupy defaworyzowane</b> .	Poprawa samoorganizacji i zarządzania LGD
27	Wiadomości przesłane pocztą elektroniczną	Liczba przekazanych wiadomości	20			