

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

Harmonogram realizacji Planu Komunikacyjnego na 2018 r.

Lp.	Zadania komunikacyjne – środki/narzędzia komunikacji ze społecznością lokalną	Jednostka miary	Ilość	Wartość w zł.	Cel komunikacji	Adresaci	Planowane efekty
Kampania informacyjna i medialna nt. głównych założeń LSR. Punkt informacyjny							
1	Prowadzenie i aktualizacja strony internetowej LGD	Zadanie	1	5000	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 defaworyzowan e, 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 opublikow anych artykułów	1	0			
3	Plakaty	Ilość wydanych materiałów	100 szt	0			
4	Doradztwo w biurze LGD	Ilość udzieloneg o doradztwa	10 os.	0			
5	Zadania w zakresie animacji społeczności lokalnej	Liczba zadań	6	6000			
Akcje promocyjno-informacyjne w zakresie rozwijania działalności gospodarczej Kampania medialna i internetowa Działania szkoleniowe Punkt informacyjny							
6	Ogłoszenia o naborze na stronie internetowej LGD	Liczba opublikow anych artykułów	1	0	Informowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków w zakresie rozwijania działalności gospodarczej, celach LSR i sposobie jej realizacji, kryteriach oceny operacji, zasadach przyznawania środków w ramach wsparcia z budżetu LSR	Mikro i mali przedsiębiorcy z obszaru LGD	Zainteresowanie pozyskaniem środków na rozwińcie działalności gospodarczej./ Rozwój przedsiębiorstw/ Utworzenie nowych miejsc pracy./ Podniesienie kwalifikacji zawodowych./ Rozwój branży turystycznej./ Rozwój zintegrowanych produktów turystycznych./ Wsparcie innowacyjnych technologii.
7	Ogłoszenia o naborze na stronach internetowych j.s.t, oraz ogłoszenia na portalach lokalnych i społecznościowych		5	0			
8	Ogłoszenia w prasie lokalnej		2	0			
9	Spotkania informacyjno- konsultacyjne	Liczba zorgani zowanych spotkań	3	100			
10	Szkolenia	Ilość przeprowa dzonych szkoleń	1	300			
11	Doradztwo udzielone przez pracowników biura LGD	Liczba udzieloneg o doradztwa	10	0			
12	Informacje na tablicach ogłoszeń	Liczba zamieszcz onych ogłoszeń	3	0			

13	Broszury	Ilość wydanych broszur	40	0			
----	----------	------------------------	----	---	--	--	--

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

14	Ogłoszenie na stronie internetowej LGD oraz jednostek samorządu terytorialnego	Liczba opublikowanych artykułów	7	0	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
15	Ogłoszenia w prasie lokalnej		2	0			
16	Doradztwo udzielone przez pracownika biura LGD	Liczba udzielonego doradztwa	10	0			
17	Spotkania informacyjno-konsultacyjne	Liczba zorganizowanych spotkań	2	400			
18	Szkolenia	Ilość przeprowadzonych szkoleń	1	400			
19	Informacje na tablicach ogłoszeń	Ilość zamieszczonych informacji	2	0			
20	Broszury	Ilość wydanych broszur	10	0			

Kampania medialna
Punkt informacyjny

21	Artykuły na stronie internetowej LGD	Liczba opublikowanych artykułów	1	0	Monitorowanie jakości stosowanych metod komunikacyjnych	Org. społeczne, j.s.t., organizacje pozarządowe, instytucje kultury, przedsiębiorcy, os. fizyczne zamierzające podjąć działal. gosp., mieszkańcy obszaru LGD „Kraina Nafty“, grupy defaworyzowane	Dostosowanie właściwych środków komunikacyjnych do odpowiednich grup docelowych
22	Badania ankietowe	Liczba otrzymanych ankiet	20	0			
23	Wiadomości przesłane pocztą elektroniczną	Liczba przekazanych wiadomości	20	0			
24	Artykuły na stronie internetowej LGD	Liczba opublikowanych artykułów	1	0	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 grupy defaworyzowane	Poprawa samoorganizacji i zarządzania LGD
25	Badania ankietowe	Liczba otrzymanych ankiet	80	0			
26	Wiadomości przesłane pocztą elektroniczną	Liczba przekazanych wiadomości	40	0			

Janina Gołabek
PREZES