

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI - ROK 2016

Działania	Adresaci	Środki przekazu	Termin - kwartał 2016			Wskaźniki	Wartość docelowa	Budżet	Rezultaty działań
			II	III	IV				
CEL 1 Skuteczne zarządzanie wdrażaniem LSR									
Kampania informacyjna na temat szczegółów dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy	Mieszkańcy obszaru, w tym grupy defaworyzowane oraz potencjalni beneficjenci	Ogłoszenia na tablicach ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych	-	-	x	Liczba tablic w instytucjach publicznych	9	0,00	Zwiększenie poziomu wiedzy ogólnej i szczegółowej dotyczącej PROW 2014-2020, w tym zapewnienie dostępu do informacji dotyczących warunków i trybu przyznawania pomocy oraz o sposobie przygotowywania dokumentów aplikacyjnych.
						Liczba ogłoszeń	3	0,00	
		Artykuły / ogłoszenia / informacje na stronie www.grupaluzyczna.pl	-	x	x	Liczba artykułów / ogłoszeń / informacji na stronie www.grupaluzyczna.pl	5	0,00	
						Liczba stron www	1	1 551,00 (koszty związane z utrzymaniem i aktualizacją strony – koszty wykazane w celu 1 i 2 są tymi samymi kosztami)	
						Liczba wejść na stronę internetową	9000	0,00	
		Artykuły / ogłoszenia / informacje na stronach internetowych gmin członkowskich	-	x	x	Liczba artykułów / ogłoszeń / informacji na stronach internetowych gmin członkowskich	4	0,00	
						Liczba stron www	9	0,00	
		Informacje udzielane w biurze LGD	-	x	x	Liczba osób uzyskujących informacje w biurze (osobiście / telefonicznie / e-mail)	25	0,00	
		Spotkania informacyjne / szkolenia	-	-	x	Liczba spotkań	18	0,00	
						Liczba uczestników spotkań / szkoleń	110	0,00	
						Liczba materiałów informacyjnych i promocyjnych (np. broszury, ulotki, prezentacje)	4	0,00	
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości usług świadczonych przez LGD	Organy stowarzyszenia, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, oraz uczestnicy spotkań / szkoleń	Ankieta monitorująca jakość udzielonego doradztwa	-	x	x	Liczba ankiet monitorujących jakość udzielonego doradztwa	25	0,00	Podniesienie jakości usług świadczonych przez LGD.
		Ankieta - ocena pracy biura	-	x	x	Liczba ankiet - oceny pracy biura	20	0,00	
		Ankieta monitorująca jakość przeprowadzonych spotkań / szkoleń	-	-	x	Liczba ankiet monitorujących jakość przeprowadzonych spotkań / szkoleń	110	0,00	

CEL 2 Budowa pozytywnego wizerunku i marki "LGD - Grupa Łużycka" oraz aktywizacja mieszkańców obszaru LGD									
Kampania informacyjno-promocyjna na temat założeń LSR oraz działalności LGD	Mieszkańcy obszaru, w tym grupy defaworyzowane, potencjalni beneficjenci oraz beneficjenci	Punkt informacyjno-promocyjny w biurze LGD	x	x	x	Liczba osób korzystających z usług biura (osobiście, telefon, e-mail)	25	0,00	Zainteresowanie działalnością LGD. Poinformowanie o przedsięwzięciach LSR. Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności. Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców. Wzrost zaangażowania w kształtowanie własnego otoczenia. Wzrost poczucia tożsamości z regionem.
		Artykuły / ogłoszenia / informacje na stronie www.grupaluzycka.pl	x	x	x	Liczba artykułów / ogłoszeń / informacji na stronie www.grupaluzycka.pl	7	0,00	
						Liczba stron www	1	1 551,00 (koszty związane z utrzymaniem i aktualizacją strony – koszty wykazane w celu 1 i 2 są tymi samymi kosztami)	
						Liczba wejść na stronę internetową	9000	0,00	
		Artykuły / ogłoszenia / informacje na stronach internetowych gmin członkowskich	-	x	x	Liczba artykułów / ogłoszeń / informacji na stronach internetowych gmin członkowskich	2	0,00	
						Liczba stron www	9	0,00	
		Wydarzenia promocyjno-informacyjno-aktywizujące	x	x	x	Liczba wydarzeń zrealizowanych przez LGD	2	10 000,00	
						Liczba wydarzeń, w których LGD wzięło udział	3	0,00	
Zapewnienie odpowiedniej wizualizacji Programu oraz LGD	Mieszkańcy obszaru, w tym grupy defaworyzowane, potencjalni beneficjenci, beneficjenci oraz instytucje zaangażowane pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie LSR	Materiały promocyjne	-	-	x	Liczba nośników znaków UE, PROW, LEADER oraz LGD (szt.)	2	3 000,00	Zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD. Zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności EFRROW i PROW 2014-2020 na tle innych programów oraz funduszy europejskich.