**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI**

**STOWARZYSZENIA LGD BORY DOLNOŚLĄSKIE NA 2017**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Termin realizacji** | **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Adresaci działania komunikacyjnego** | **Środki przekazu** | **Nazwa wskaźnika** | **Wartość docelowa** | **Budżet** |
| III-IV kwartał | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR |  Bezpośrednie spotkanie | - Mieszkańcy,- Osoby fizyczne,- Organizacje pozarządowe,- Przedsiębiorcy,- Jednostki samorządu terytorialnego,- Grupy defaworyzowane pod kątem dostępu do rynku pracy,- Osoby zagrożone wykluczeniem społecznym tj. osoby w wieku poprodukcyjnym | Organizacja spotkań otwartych w każdej gminie wchodzącej w skład LGD | Liczba spotkań informacyjnych | 1 | 0,00 zł |
| III-IV kwartał | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie. | Badanie poziomu satysfakcji | - Mieszkańcy,- Osoby fizyczne,- Organizacje pozarządowe,- Przedsiębiorcy,- Jednostki samorządu terytorialnego,- Grupy defaworyzowane pod kątem dostępu do rynku pracy,- Osoby zagrożone wykluczeniem społecznym tj. osoby w wieku poprodukcyjnym | Ankieta monitorująca | Liczba rozpowszechnionych ankiet | 50 | 0,00 zł |
| III-IV kwartał | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji oraz dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania. | Kampania informacyjna | - Mieszkańcy,- Osoby fizyczne,- Organizacje pozarządowe,- Przedsiębiorcy,- Jednostki samorządu terytorialnego,- Grupy defaworyzowane pod kątem dostępu do rynku pracy, | Prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej | Liczba zamieszczanych artykułów na stronie internetowej LGD | 2 | 4.000,00 zł |
| Prowadzenie i aktualizowanie portali społecznościowych | Liczba zamieszczonych informacji na Fanpage LGD | 6 |
| Prowadzenie bieżącej informacji w biurze LGD (telefoniczna, mailowo, osobiście); | Liczba osób, które otrzymały informację w biurze LGD, telefonicznie lub mailowo | 10 |
| Przesyłanie informacji do Powiatowych Urzędów Pracy z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń | Liczba Powiatowych Urzędów Pracy, do których przesłano informacje | 4 |
| Przesyłanie informacji do Urzędów Gmin wchodzących w skład LSR z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; | Liczba Urzędów Gmin wchodzących w skład LGD, do których przesłano informację | 10 |
| Przesyłanie informacji do osób znajdujących się w bazie kontaktów LGD | Liczba osób, do których przesłano informację, będących w bazie kontaktów LGD | 40 |
| III-IV kwartał | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o trybie oraz procedurze naboru wniosków, w tym o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD  | Organizacja cyklu szkoleniowego | - Mieszkańcy,- Osoby fizyczne,- Organizacje pozarządowe,- Przedsiębiorcy,- Jednostki samorządu terytorialnego,- Grupy defaworyzowane pod kątem dostępu do rynku pracy, | Szkolenie | Liczba zorganizowanych szkoleń | 1 | 0,00 zł |
| Doradztwo | Liczba osób uczestniczących w szkoleniu | 10 |
| Ankieta monitorująca | Liczba rozpowszechnionych ankiet | 10 |