

## Harmonogram realizacji planu ko

[Stowarzyszenie LGD "Podk

Lp	Nazwa zadania	Narzędzia komunikacji wraz z opisem	Miejsce realizacji [gmina]	Grupa docelowa	Czy grupa docelowa jest grupą defaworyzowaną [tak/nie/m.in..]	Termin realizacji [z dokładnością do miesiąca]
<b>Kampania informacyjna nt. głównych założeń</b>						
1	Kampanie promocyjne LSR	Pakiet standardowy (jw.) oraz specyficzne metody kierowane do poszczególnych grup beneficjentów (instytucje pomocy społecznej, świetlice terapii zajęciowej, parafie, urzędy samorządowe)	Powiat Suski, Kraków	Mieszkańcy, potencjalni projektodawcy zaplanowanych konkursów w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, grupy defaworyzowane, JST	Między innymi	22-23.04.2017 „Małopolska Giełda Agroturystyczna” w Krakowie, 04.06.2017 „Święto Zabawki Ludowej” w Stryszawie, 24.06.2017 „Piknik Organizacji Pozarządowych” w Suchej Beskidzkiej, 24.06.2017 „Dni Gminy Zembrzyce”, 25.06.2017 „Czar czasów i smaków minionych” w Sidzinie, 30.07.2017 „Tydzień Kultury Beskidzkiej” w Makowie Podhalańskim, 19.08.2017 „Dni Ziemi Jordanowskiej” w Mieście Jordanów, 20.08.2017 „Dni Gminy Budzów” w Budzowie, 10.09.2017 Dożynki Powiatowe w Łętowni, 24.09.2017 „Babiogórska Jesień” w Zawoi
2	Kampanie związane z ogłoszeniami konkursów i organizowanymi spotkaniami szkoleniowo-warsztatowymi i doradczymi (ogólne) oraz kampanie kierowane do poszczególnych grup beneficjentów	Pakiet standardowy (jw.) oraz specyficzne metody kierowane do poszczególnych grup beneficjentów (instytucje pomocy społecznej, świetlice terapii zajęciowej, parafie, urzędy samorządowe)	Powiat Suski	Mieszkańcy, potencjalni projektodawcy zaplanowanych konkursów w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, grupy defaworyzowane, JST	Między innymi	01.02.2017 r. spotkanie szkoleniowo-warsztatowe, Sucha Beskidzka

3	Kampanie promocyjne LGD (promocja dobrych praktyk własnych z założeniem ich pozytywnego i aktywizującego oddziaływania na kolejne operacje, konsultacje zmian w dokumentach i kryteriach oraz komunik. wniosków z ewaluacji)	Pakiet standardowy (jw.) oraz specyficzne metody kierowane do poszczególnych grup beneficjentów.	Powiat Suski Kraków	Wszystkie zidentyfikowane grupy odbiorców komunikatów, ponadto mieszkańcy, turyści, inne LGD (w zakresie promocji dobrych praktyk)	Między innymi	22-23.04.2017 „Małopolska Giełda Agroturystyczna” w Krakowie, 04.06.2017 „Święto Zabawki Ludowej” w Stryszawie, 24.06.2017 „Piknik Organizacji Pozarządowych” w Suchoj Beskidzkiej, 24.06.2017 „Dni Gminy Zembrzyce”, 25.06.2017 „Czar czasów i smaków minionych” w Sidzinie, 30.07.2017 „Tydzień Kultury Beskidzkiej” w Makowie Podhalańskim, 19.08.2017 „Dni Ziemi Jordanowskiej” w Mieście Jordanów, 20.08.2017 „Dni Gminy Budzów” w Budzowie, 10.09.2017 Dożynki Powiatowe w Łętowni, 24.09.2017 „Babiogórską Jesień” w Zawoi
4	Komunikacja wewnętrzna oraz monitoring	Pakiet standardowy (jw.) oraz specyficzne metody kierowane do poszczególnych grup beneficjentów.	Powiat Suski	Wszystkie zidentyfikowane grupy odbiorców komunikatów, ponadto mieszkańcy, turyści, inne LGD	Między innymi	10-20 grudzień 2017, Sucha Beskidzka, Biuro Zarządu Stowarzyszenia

\*Pakiet działań zwyczajowych: Informacja na stronie internetowej (1), zamieszczenie informacji w mediach społecznościowych (1), mailing z baz danych własnych LGD (minimum 100 maili), telefony (co najmniej 30)

# komunikacji na rok 2017

Biogórze"]

Planowana liczba uczestników	Planowany budżet zadania	Zakładana efektywność zrealizowanego zadania	Zakładane do osiągnięcia wskaźniki realizacji zadania	Dokumenty potwierdzające realizację zadania
<b>Plan LSR na lata 2014-2020</b>				
300	2000	Wzrost zainteresowania mieszkańców działaniami Leader, przejawiający się konkretyzowaniem pomysłów na projekty	Liczba działań informacyjno-promocyjnych - 10 sztuk	licznik odwiedzin strony internetowej, print screen artykułów zamieszczonych na stronach innych niż LGD o kampanii promocyjnej LSR, listy obecności, wydruki e-maili wysłanych z informacją o kampanii promocyjnej LSR, nakład druku ulotki lub plakatu na temat kampanii promocyjnej LSR lub potwierdzenie odbioru ulotki lub plakatu, notatki służbowe na temat wykonanych telefonów
300	2000	Uczestnicy oceniają dobrze szkolenia i deklarują intencję uczestniczenia w konkursach	Liczba działań edukacyjnych - 1 sztuki	licznik odwiedzin strony internetowej, print screen artykułów zamieszczonych na stronach innych niż LGD o kampanii związanej z ogłoszeniami konkursów i organizowanymi spotkaniami szkoleniowo-warsztatowymi i doradczymi, listy obecności, wydruki e-maili wysłanych z informacją o w/w kampanii, nakład druku ulotki lub plakatu na temat kampanii lub potwierdzenie odbioru ulotki lub plakatu, notatki służbowe na temat wykonanych telefonów

300	2000	Zwiększa się krąg osób znających LGD oraz pozytywnie oceniający działanie partnerstwa (element ewaluacji)	Liczba działań prezentacyjno-wystawienniczych promujących osiągnięcia Leader na obszarze - 10 szt.	licznik odwiedzin strony internetowej, print screen artykułów zamieszczonych na stronach innych niż LGD o kampanii na temat promocji LGD, listy obecności, wydruki e-maili wysłanych z informacją o w/w kampanii, nakład druku ulotki lub plakatu na temat w/w kampanii lub potwierdzenie odbioru ulotki lub plakatu, notatki służbowe na temat wykonanych telefonów
100	bez kosztowo	Wzrost zainteresowania mieszkańców działaniami Leader, przejawiający się konkretyzowaniem pomysłów na projekty	Liczba działań komunikacyjnych i monitorujących - 7 sztuki	licznik odwiedzin strony internetowej, print screen artykułów zamieszczonych na stronach innych niż LGD o działaniach LGD, ankiety, listy obecności, wydruki e-maili wysłanych do mieszkańców, nakłady druku ulotek lub plakatów lub potwierdzenie odbioru ulotek lub plakatów, notatki służbowe na temat wykonanych telefonów
), ulotki (co najmniej 200 szt.), plakaty (50 szt.),				