

Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2020											
[Stowarzyszenie LGD "Podbabogórze"]											
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]	Planowana liczba uczestników	Planowany budżet zadania	Zakładana efektywność zrealizowanego zadania	Zakładane do osiągnięcia wskaźniki realizacji zadania	Dokumenty potwierdzające realizację zadania
Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020											
1	Kampanie promujące LSR	Pakiet zwyczajowy 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	maj/czerwiec/lipiec 2020 pakiety dla beneficjentów	30	500	Wzrost zainteresowania mieszkańców działaniami Leader, przejawiający się konkretyzowaniem pomysłów na projekty	Liczba działań informacyjno-promocyjnych - 1 sztuka	Informacja na stronie internetowej, mailing do bazy własnych LGD, potwierdzenia przekazania pakietów
2	Kampanie związane z ogłoszeniami konkursów i organizowanymi spotkaniami szkoleniowo-warsztatowymi i doradczymi (ogólne) oraz kampanie kierowane do poszczególnych grup beneficjentów	Pakiet zwyczajowy 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	maj/czerwiec/lipiec 2020 pakiety dla beneficjentów	30	500	Uczestnicy oceniają dobrze szkolenia i deklarują intencję uczestniczenia w konkursach	Liczba działań edukacyjnych - 1 sztuka	Informacja na stronie internetowej, mailing do bazy własnych LGD, potwierdzenia przekazania pakietów
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 zwyczajowy oraz specyficzne metody kierowane do poszczególnych grup beneficjentów (instytucje pomocy społecznej, świetlice terapii zajęciowej, parafie, urzędy samorządowe)	Powiat Suski, Kraków	Wszystkie zidentyfikowane grupy odbiorców komunikatów, ponadto mieszkańcy, turyści, inne LGD (w zakresie promocji dobrych praktyk)	Między innymi	maj/czerwiec/lipiec 2020 pakiety dla beneficjentów	30	500	Wzrost zainteresowania mieszkańców działaniami Leader, przejawiający się konkretyzowaniem pomysłów na projekty	Liczba działań informacyjno-promocyjnych - 1 sztuk	Informacja na stronie internetowej, mailing do bazy własnych LGD, potwierdzenia przekazania pakietów
4	Komunikacja wewnętrzna oraz monitoring	Pakiet zwyczajowy oraz specyficzne metody kierowane do poszczególnych grup beneficjentów (instytucje pomocy społecznej, świetlice terapii zajęciowej, parafie, urzędy samorządowe)	Powiat Suski	Wszystkie zidentyfikowane grupy odbiorców komunikatów, ponadto mieszkańcy, turyści, inne LGD	Między innymi	grudzień 2020 , Sucha Beskidzka, Biuro Zarządu Stowarzyszenia	100	bez kosztowo	Wzrost zainteresowania mieszkańców działaniami Leader, przejawiający się konkretyzowaniem pomysłów na projekty	Liczba działań komunikacyjnych i monitorujących - 1 sztuka	Informacja na stronie internetowej,
5	Ewaluacja	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	grudzień 2020 , Sucha Beskidzka, Biuro Zarządu Stowarzyszenia	100	bez kosztowo	Wzrost zainteresowania mieszkańców działaniami Leader, przejawiający się konkretyzowaniem pomysłów na projekty	Liczba działań komunikacyjnych i monitorujących - 1 sztuka	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
6	Doradztwo LGD	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	Doradztwo prowadzone ciągle	30	bez kosztowo	Wzrost zainteresowania mieszkańców działaniami Leader, przejawiający się konkretyzowaniem pomysłów na projekty	Liczba działań komunikacyjnych i monitorujących - 1 sztuka	karty wsparcia doradczego