

Plan komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowane efekty działań komunikacyjnych
II połowa 2016	Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD	Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD	<ul style="list-style-type: none"> - beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym) - pracownicy biura LGD i organy LGD 	<ul style="list-style-type: none"> - strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku - kampania informacyjna: plakaty i ulotki 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 22 szt. - liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 3200 ulotek (4 rodzaje ulotek * 800 szt.) - liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: 200 plakatów ((5 rodzajów plakatów*5 sztuk*8 gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)) 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony) -liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – 10 wydarzeń promocyjnych * 320 osób łącznie 3200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika) - liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- ok. 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)

Plan komunikacji

<p>II połowa 2016</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Publikacje LGD</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne dotyczące zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji</p> <p>Szkolenia dotyczące zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organy LGD</p>	<p>- biuletyn LGD</p> <p>- spotkania informacyjno-konsultacyjne</p> <p>- szkolenia dla beneficjentów, pracowników biura LGD i organów</p>	<p>- liczba przeprowadzonych biuletynów LGD- 1 rodzaj biuletynu* 1 wydarzenie promocyjne * 200 osób łącznie 200 biuletynów</p> <p>- liczba przeprowadzonych spotkań: 14 spotkań</p> <p>- liczba przeprowadzonych szkoleń- 4 szkolenia</p>	<p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – 1 wydarzenie * 200 osób łącznie 200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- 177 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne- min. 96 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p> <p>- liczba osób przybyłych na szkolenia - 86 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p>
-------------------------------	--	--	---	---	---	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2016</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin - 3 informacje.</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki * 500 szt. łącznie 500 ulotek</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: 3 rodzaje plakatów*5 sztuk*8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych –ok. 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – 10 wydarzeń promocyjnych * 50 osób łącznie 500 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o rozpowszechnianiu informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-------------------------------	---	--	---	--	--	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2017</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organy LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: min 200 szt. (min. 4 rodzaje *min. 50 szt.)</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów: 120 plakatów (min 3 rodzaje plakatów * min 5 szt. * 8 gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 1 wydarzenie promocyjne * min. 200 osób łącznie min. 200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	--	---	---	--	---	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2017</p>	<p>Rzeczpospolite Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Szkolenia z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p> <p>Publikacja LGD</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p>	<p>- szkolenia dla beneficjentów</p> <p>- biuletyn LGD</p> <p>- spotkania informacyjno-konsultacyjne</p>	<p>- liczba przeprowadzonych szkoleń- min.2 szkolenia.</p> <p>- liczba rozprawionych biuletynów LGD – 200 (1 rodzaj biuletynu * 1 wydarzenie promocyjne * 200 osób)</p> <p>- liczba przeprowadzonych spotkań: min 9 spotkań</p>	<p>- liczba osób przybyłych na szkolenia – min. 40 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 1 wydarzenie promocyjne * min. 200 osób łącznie min. 200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 72 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne- min. 46 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p>
----------------------	---	--	--	--	---	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2017</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin – min. 1 informacja</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 200 szt. (min. 1 rodzaj ulotek*min. 200 szt.)</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: 40 plakatów (min 1 rodzaj plakatu * min 5 szt. *8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 1 wydarzenie promocyjne * min. 200 osób łącznie min. 200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	---	--	---	--	---	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2017</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organy LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: min. 4 rodzaje *min. 300 szt. łącznie min 1200 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów: min 3 rodzaje plakatów * min 5 szt. * 8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 6 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 1200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-----------------------	--	---	---	--	---	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2017</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Szkolenia z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p>	<p>- szkolenia dla beneficjentów</p> <p>- spotkania informacyjno-konsultacyjne</p>	<p>- liczba przeprowadzonych szkoleń- min.2 szkolenia.</p> <p>- liczba przeprowadzonych spotkań: min 9 spotkań</p>	<p>- liczba osób przybyłych na szkolenia – min. 40 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 72 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 46 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p>
-------------------------------	--	--	--	--	--	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2017</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>-</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozpowszechnionych elektronicznie do 8 gmin – min. 1 informacja</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie ulotek: min. 1 rodzaj *min. 1200 szt. łącznie min 1200 szt.</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie plakatów: min 1 rodzaj plakatów * min 5 szt. * 8gmin łącznie 40 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 6 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 1200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-------------------------------	---	--	---	---	--	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2018</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organy LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: min. 4 rodzaje *min. 300 szt. łącznie min 1200 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów: min 3 rodzaje plakatów * min 5 szt. * 8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 6 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 1200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	--	---	---	--	---	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2018</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Szkolenia z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p> <p>Publikacja LGD</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p>	<p>- szkolenia dla beneficjentów</p> <p>- biuletyn LGD</p> <p>- spotkania informacyjno-konsultacyjne</p>	<p>- liczba przeprowadzonych szkoleń- min.2 szkolenia.</p> <p>- liczba rozprawionych biuletynów LGD – 1 rodzaj biuletynu * 6 wydarzeń promocyjnych * 200 osób łącznie 1200 biuletynów</p> <p>- liczba przeprowadzonych spotkań: min 9 spotkań</p>	<p>- liczba osób przybyłych na szkolenia – min. 40 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 6 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 1200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 72 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 46 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p>
----------------------	--	--	--	--	---	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2018</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin – min. 1 informacja</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: min. 1 rodzaj *min. 1200 szt. łącznie min 1200 szt.</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: min 1 rodzaj plakatów * min 5 szt. * 8 gmin łącznie 40 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 6 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 1200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	---	--	---	--	--	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2018</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organy LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: min. 4 rodzaje *min. 350 szt. łącznie min 1400 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów: min 3 rodzaje plakatów * min 5 szt. * 8gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 7 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 1400 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-------------------------------	--	---	---	--	--	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2018</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Szkolenia z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p>	<p>- szkolenia dla beneficjentów</p> <p>- spotkania informacyjno-konsultacyjne</p>	<p>- liczba przeprowadzonych szkoleń- min.2 szkolenia.</p> <p>- liczba przeprowadzonych spotkań: min 9 spotkań</p>	<p>- liczba osób przybyłych na szkolenia – min. 40 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 72 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 46 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p>
-------------------------------	--	--	--	--	--	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2018</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin – min. 1 informacja</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: min. 1 rodzaj *min. 1400 szt. łącznie min 1400 szt.</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: min 1 rodzaj plakatów * min 5 szt. * 8gmin łącznie 40 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 7 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 1400 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 5 % odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-------------------------------	---	--	---	--	---	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2019</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organów LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych ulotek: 1600 ulotek (min. 2 rodzaje ulotek *800 szt.)</p> <p>- liczba rozprawdzonych plakatów: min.200 plakatów ((5 rodzajów plakatów* 5 sztuk *8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 10 wydarzeń promocyjnych *160 osób łącznie 1600 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	--	---	--	--	---	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2019</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin- 3 informacje</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki* 500 sztuk łącznie 500 ulotek</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów *5 sztuk * 8gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja :protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych -4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88681 osób z czego 5% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	---	--	---	--	---	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2019</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku</p> <p>- spotkania informacyjno – konsultacyjne</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 22 szt.</p> <p>- liczba spotkań: min. 8 spotkań</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: 3200 ulotek (4 rodzaje ulotek *800 szt.)</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów: 200 plakatów ((5 rodzajów plakatów *5 sztuk *8 gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p> <p>- liczba przekazanych informacji do lokalnych mediów np. prasa: min. 1 informacja</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 88 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p> <p>- liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych – 10 wydarzeń promocyjnych *320osób łącznie 3200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakład prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)</p>
----------------------	--	---	---	--	---	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2019</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organów LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie ulotek: min. 3200 ulotek (4 rodzaje ulotek*800 szt.)</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie plakatów: 200 plakatów ((5 rodzajów plakatów *5sztuk*8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *320osb łącznie 320osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych -2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-----------------------	--	---	--	--	---	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2019</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin – 3 informacje</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*500 szt. łącznie 500 ulotek</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów * 5 sztuk * 8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-----------------------	---	--	---	--	--	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2019</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku</p> <p>- spotkania informacyjno – konsultacyjne</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 22 szt.</p> <p>- liczba spotkań: min. 8 spotkań</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*500 szt. łącznie 500 ulotek</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów * 5 sztuk * 8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p> <p>- liczba przekazanych informacji w lokalnych mediach np. prasa : min. 1 informacja</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 90 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakłady prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)</p>
-----------------------	--	---	---	--	--	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym) - pracownicy biura LGD i organów LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku - kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt. - liczba rozprowadzonych ulotek: 1600 ulotek (min. 2 rodzaje *800 szt.) - liczba rozprowadzonych plakatów: min.200 plakatów ((5 rodzajów plakatów* 5 sztuk *8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony) - liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 10 wydarzeń promocyjnych *160 osób łącznie 1600 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika) - liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	--	---	---	--	--	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin- 3 informacje</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki* 500 sztuk łącznie 500 ulotek</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów *5 sztuk * 8gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja :protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych -4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88681 osób z czego 5% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	---	--	---	--	---	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane 	<ul style="list-style-type: none"> - strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku - spotkania informacyjno-konsultacyjne - kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 22 szt. - liczba spotkań: min. 9 spotkań - liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 3200 ulotek (4 rodzaje ulotek *800 szt.) - liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: 200 plakatów ((5 rodzajów plakatów *5 sztuk *8 gmin) (weryfikacja: protokół pracownika) - liczba przekazanych informacji do lokalnych mediów np. prasa: min. 1 informacja 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony) - liczba osób przybyłych na spotkania- min. 90 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności), <ul style="list-style-type: none"> - liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety) - liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – 10 wydarzeń promocyjnych *320osób łącznie 3200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika) - liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPSy, GOK-i itp.) - liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakład prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)
----------------------	--	---	--	---	--	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk</p>	<p>Publikacja LGD</p> <p>Kampania informacyjną o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>Biuletyn LGD</p> <p>Strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne</p>	<p>- liczba rozprowadzonych biuletynów LGD- 1 rodzaj biuletynu * 10 wydarzeń promocyjnych * 200 osób łącznie 2000 biuletynów</p> <p>- liczba informacji zamieszczonych na stronę internetową i fanpage: min. 1 informacja.</p> <p>- liczba spotkań: min. 9 spotkań</p>	<p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 10 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 2000 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 90 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p>
----------------------	---	--	---	---	--	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<ul style="list-style-type: none"> - beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym) - pracownicy biura LGD i organów LGD 	<ul style="list-style-type: none"> - strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku - kampania informacyjna: plakaty i ulotki 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt. - liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: min. 3200 ulotek (4 rodzaje ulotek*800 szt.) - liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: 200 plakatów ((5 rodzajów plakatów *5sztuk*8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika) 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony) - liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *320osb łącznie 320osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika) - liczba osób poinformowanych -2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)
-----------------------	--	---	---	---	--	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Publikacja LGD</p> <p>Szkolenia z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p>	<p>- biuletyn LGD</p> <p>- szkolenia dla beneficjentów</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne</p>	<p>- liczba rozprawionych biuletynów LGD- 1 rodzaj biuletynu *10 wydarzeń promocyjnych *200 osób łącznie 2000 biuletynów</p> <p>- liczba przeprowadzonych szkoleń- min.2 szt.</p> <p>- liczba przeprowadzonych spotkań: min 9 spotkań</p>	<p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – 10 wydarzeń * 200 osób łącznie 2000 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób przybyłych na szkolenia – min. 40 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 90 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p>
-----------------------	--	--	--	--	---	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku - strony internetowe urzędów - kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt. - liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin – 3 informacje - liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*500 szt. łącznie 500 ulotek - liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów * 5 sztuk * 8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony) - liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów) - liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika) - liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPSy, GOK-i itp.)</p>
-----------------------	---	--	---	--	--	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane 	<ul style="list-style-type: none"> - strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku - spotkania informacyjno-konsultacyjne - kampania informacyjna: plakaty i ulotki, lokalne media 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 22 szt. - liczba spotkań: min. 9 spotkań - liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*500 szt. łącznie 500 ulotek - liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów * 5 sztuk * 8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika) - liczba przekazanych informacji w lokalnych mediach np. prasa : min. 1 informacja 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony) - liczba osób przybyłych na spotkania- min. 90 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności), <ul style="list-style-type: none"> - liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety) - liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika) - liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.) - liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakłady prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)
-----------------------	--	---	--	--	---	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2020</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk</p>	<p>Publikacja LGD</p> <p>Kampania informacyjną o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>Biuletyn LGD</p> <p>Strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne</p>	<p>- liczba rozprowadzonych biuletynów LGD- 1 rodzaj biuletynu * 10 wydarzeń promocyjnych* 200 osób łącznie 2000</p> <p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 1 informacja.</p> <p>- liczba spotkań: min. 9 spotkań</p>	<p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 10 wydarzeń promocyjnych * min. 200 osób łącznie min. 2000 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 90 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p>
-----------------------	---	--	---	---	--	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2021</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organów LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprowadzonych ulotek: 1600 ulotek (min. 2 rodzaje *800 szt.)</p> <p>- liczba rozprowadzonych plakatów: min.200 plakatów ((5 rodzajów plakatów* 5 sztuk *8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 10 wydarzeń promocyjnych *160 osób łącznie 1600 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	--	---	--	--	--	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2021</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin- 3 informacje</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki* 500 sztuk łącznie 500 ulotek</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów *5 sztuk * 8gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja :protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych -4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88681 osób z czego 5% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	---	--	---	--	---	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2021</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku</p> <p>- spotkania informacyjno – konsultacyjne</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 22 szt.</p> <p>- liczba spotkań: min. 8 spotkań</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie ulotek: 3200 ulotek (4 rodzaje ulotek *800 szt.)</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie plakatów: 200 plakatów ((5 rodzajów plakatów *5 sztuk *8 gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p> <p>- liczba przekazanych informacji do lokalnych mediów np. prasa: min. 1 informacja</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 89 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – 10 wydarzeń promocyjnych *320osób łącznie 3200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakład prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)</p>
----------------------	--	---	---	--	---	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2021</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organów LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: min. 3200 ulotek (4 rodzaje ulotek*800 szt.)</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów: 200 plakatów ((5 rodzajów plakatów *5sztuk*8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *320 osób łącznie 3200 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych -2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-----------------------	--	---	--	--	---	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2021</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin – 3 informacje</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*500 szt. łącznie 500 ulotek</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów * 5 sztuk * 8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-----------------------	---	--	---	--	--	--

Plan komunikacji

<p>II połowa 2021</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku</p> <p>- spotkania informacyjno – konsultacyjne</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 22 szt.</p> <p>- liczba spotkań: min. 8 spotkań</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*500 szt. łącznie 500 ulotek</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów 3 rodzaje plakatów * 5 sztuk * 8 gmin łącznie 120 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p> <p>- liczba przekazanych informacji w lokalnych mediach np. prasa : min. 1 informacja</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 88 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p> <p>- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 70 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -10 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 500 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakłady prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)</p>
-----------------------	--	---	---	--	--	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2022</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organów LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprowadzonych ulotek: 800 ulotek (min. 2 rodzaje *400 szt.)</p> <p>- liczba rozprowadzonych plakatów: min. 80 plakatów ((2 rodzaje plakatów* 5 sztuk *8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – min. 5 wydarzeń promocyjnych *160 osób łącznie 800 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji- 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	--	---	--	--	--	--

Plan komunikacji

<p>I połowa 2022</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprawdzonych elektronicznie do 8 gmin- 3 informacje</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki* 250 sztuk łącznie 250 ulotek</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów 2 rodzaje plakatów *5 sztuk * 8gmin łącznie 80 plakatów (weryfikacja :protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o funkcjonowaniu i działalności LGD- min 30 osób (weryfikacja na podstawie rejestru udzielonego doradztwa, ulotkę otrzymała każda osoba korzystająca z doradztwa w biurze LGD),</p> <p>- liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych -5 wydarzeń promocyjnych *50 osób łącznie 250osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych -4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88681 osób z czego 5% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
----------------------	---	--	---	--	---	---

Plan komunikacji

<p>I połowa 2022</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 22 szt.</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie ulotek: 1000 ulotek (2 rodzaje ulotek *500 szt.)</p> <p>- liczba rozprawdzonych tematycznie plakatów: 80 plakatów ((2 rodzajów plakatów *5 sztuk *8 gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p> <p>- liczba przekazanych informacji do lokalnych mediów np. prasa: min. 1 informacja</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – 5 wydarzeń promocyjnych *200osób łącznie 1000 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakład prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)</p>
------------------------------	--	---	---	--	--	---

Plan komunikacji

I połowa 2022	Rozpowszechnianie informacji o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk	Kampania informacyjną o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk	<ul style="list-style-type: none">- beneficjenci i potencjalni beneficjenci- lokalna społeczność- wszystkie grupy defaworyzowane	Strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku	- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 1 informacja.	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)
---------------	--	---	--	--	--	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2022</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p> <p>- pracownicy biura LGD i organów LGD</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min 20 szt.</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie ulotek: min. 1000 ulotek (2 rodzaje ulotek*500 szt.)</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie plakatów: 80 plakatów ((2 rodzaje plakatów *5sztuk*8gmin) (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -5 wydarzeń promocyjnych *200osb łącznie 1000osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych -2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-----------------------	--	---	--	--	--	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2022</p>	<p>Rzeczpospolite Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD</p>	<p>Szkolenia z zasad przyznawania pomocy, kryteriów oceny i zasad wyboru operacji przez LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</p>	<p>- szkolenia dla beneficjentów</p>	<p>- liczba przeprowadzonych szkoleń- min.1 szt.</p>	<p>- liczba osób przybyłych na szkolenia – min. 40 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności),</p>
-----------------------	---	---	--	--------------------------------------	--	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2022</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>Kampania informacyjna o o funkcjonowaniu i działalności LGD</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</p> <p>- strony internetowe urzędów</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 25 szt.</p> <p>- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin – 3 informacje</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*1000 szt. łącznie 1000 ulotek</p> <p>- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 2 rodzaje plakatów * 5 sztuk * 8 gmin łącznie 80 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób. (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -5 wydarzeń promocyjnych *200 osób łącznie 1000 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p>
-----------------------	---	--	---	--	---	---

Plan komunikacji

<p>II połowa 2022</p>	<p>Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR</p>	<p>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</p> <p>- lokalna społeczność</p> <p>- wszystkie grupy defaworyzowane</p>	<p>- strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku</p> <p>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media</p>	<p>- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 22 szt.</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*1000 szt. łącznie 1000 ulotek</p> <p>- liczba rozprawionych tematycznie plakatów 2 rodzaje plakatów * 5 sztuk * 8 gmin łącznie 80 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika)</p> <p>- liczba przekazanych informacji w lokalnych mediach np. prasa : min. 1 informacja</p>	<p>- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)</p> <p>- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych -8 wydarzeń promocyjnych *200 osób łącznie 1000 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)</p> <p>- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)</p> <p>- liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakłady prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)</p>
-----------------------	--	---	---	--	---	--

Plan komunikacji

II połowa 2022	Rozpowszechnianie informacji o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk	Kampania informacyjną o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk	- beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane	Strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku	- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 1 informacja.	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min 1000 osób. (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)
----------------	--	---	--	--	--	---

Wskaźniki związane z realizacją w Planie Działania:

Szczegółowe wskaźniki produktu:

- liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami: min. 100 spotkań. Spotkania będą dotyczyć jednocześnie rozpowszechniania informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD, rozpowszechniania informacji o postępach we wdrażaniu LSR, rozpowszechniania informacji o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk.

Szczegółowe wskaźniki rezultatu:

- liczba osób przybyłych na spotkania informacyjno-konsultacyjne- min. 1000 osób
- liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno-konsultacyjne: min. 700 osób