

Załącznik

Do Zarządzenia Nr 4/POKL/10 Kierownika Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa z dnia 4 maja 2010r. w sprawie wprowadzenia Strategii informacyjno – promocyjnej w projekcie pn. „Sposób na nudę” realizowanym w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet VII Promocja integracji społecznej, Działanie 7.3 Inicjatywy lokalne na rzecz aktywnej integracji.



STRATEGIA INFORMACYJNO - PROMOCYJNA PROJEKTU „SPOSÓB NA NUDE”

I. WSTĘP

Ośrodek Pomocy Społecznej Gminy Lubawa w okresie od 04-05-2010 r. do 30-09-2010r. realizuje projekt pn. „Sposób na nudę” w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Priorytet VII Promocja integracji społecznej, Działanie 7.3 Inicjatywy lokalne na rzecz aktywnej integracji.

Promocja stanowi **ZADANIE 2.** projektu, które będzie realizowane przez cały okres jego trwania.

II. PODSTAWY PRAWNE ZASAD PROWADZENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH W PROJEKTACH WYKORZYSTUJĄCYCH FUNDUSZE EUROPEJSKIE, w tym: PROJEKTU „SPOSÓB NA NUDE”

Prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych jest obowiązkiem każdego państwa członkowskiego Unii Europejskiej, korzystającego z EFS. Obowiązek prowadzenia działań promocyjnych zawarty jest w *Rozporządzeniu Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 roku ustanawiającym przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999.*

Podstawy prawne zasad prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych określone zostały również w innych dokumentach:

- 1) *Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności w latach 2007-2013*, która jest dokumentem krajowym regulującym kwestie dotyczące obowiązków informacyjnych i komunikacyjnych odnoszących się do wszystkich funduszy UE.
- 2) *Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013 z dnia 13.08.2007r.* zawierających dodatkowe uregulowania krajowe dotyczące obowiązków informacyjnych na poziomie odnoszących się do wszystkich funduszy UE.
- 3) *Planie Komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki na lata 2007-2013 z dnia 05.08.2009r.*, który jest dokumentem krajowym regulującym kwestie dotyczące obowiązków informacyjnych i komunikacyjnych na poziomie Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Dokument ten określa zasady



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



komunikacji w ramach PO KL z uwzględnieniem spójnej wizualizacji i przekazu. Plan Komunikacji wyznacza również kierunki komunikacji dla wszystkich instytucji i podmiotów, które z racji pełnionych funkcji lub realizowanych przedsięwzięć mają obowiązek prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w tym zakresie. Stosowanie zasad i rozwiązań przyjętych w *Planie Komunikacji* jest obligatoryjne dla wszystkich instytucji zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki i Europejskiego Funduszu Społecznego. Stanowi także podstawę do opracowania *Strategii informacyjno-promocyjnej projektu „Sposób na nudę”*.

4) *Wytycznych dotyczących oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki z dnia 04.02.2009r.*, które stanowią integralną część *Planu Komunikacji PO KL*.

III.

OGÓLNE ZAŁOŻENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W RAMACH PROJEKTU „SPOSÓB NA NUDE”

Na potrzeby projektu został zaplanowany szereg działań informacyjnych i promocyjnych, które powinny być realizowane w taki sposób aby zapewnić:

- 1) *Dotarcie do szerokich kręgów społeczeństwa z informacjami na temat projektu i jego współfinansowaniu przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.*
- 2) *Informowanie potencjalnych beneficjentów ostatecznych – rekrutacja uczestników.*

Działania informacyjne i promocyjne prowadzone w ramach projektu skierowane będą do szerokich kręgów społeczeństwa, w tym także do potencjalnych beneficjentów ostatecznych. Dzięki temu możliwe będzie przeprowadzenie rekrutacji uczestników do udziału w projekcie. Dlatego ważne jest aby narzędzia i metody działań informacyjnych i promocyjnych były precyzyjnie dobrane do potrzeb i charakterystyki grupy docelowej. Pozwoli to na zainteresowanie udziałem w projekcie większej grupy odbiorców.

Aby jednak ogólne założenia działań informacyjno – promocyjnych zostały osiągnięte należy pamiętać aby:

- miały one charakter kompleksowy tzn. zawierały zarówno elementy werbalne i wizualne,
- cechowały je: wiarygodność, obiektywizm, praktyczność, łatwość identyfikacji oraz dostępność.

Ważne jest także uwzględnienie takich elementów jak to, kto jest adresatem komunikatu i dostosowywanie pod tym kątem wszystkich elementów przekazu.

Należy zwrócić uwagę na ilość zawartych informacji, poziom ich złożoności, język przekazu oraz sam zakres informacji. Publikacje i materiały powinny być przygotowywane w sposób obrazowy, wiarygodny. Dobrze gdy będą oddziaływać na wyobraźnię odbiorców. Powinny być one również odpowiednio oznakowane.

Bardzo ważny jest także dobór mediów. Aby informacja o realizowanym projekcie dotarła do jak największej ilości potencjalnych beneficjentów ostatecznych należy wybrać takie media z których te grupy najczęściej czerpią informacje. Wybierając środek przekazu informacji należy brać pod uwagę:

- cel jaki chcemy osiągnąć przekazując daną informację i przygotowując materiały,
- w jaki sposób, kiedy i dlaczego wykorzystane będzie dane narzędzie oraz z jakim skutkiem.

Działania informacyjne i promocyjne kierowane do potencjalnych beneficjentów ostatecznych mają na celu przede wszystkim, zainteresowanie jak największej ilości osób udziałem w projekcie poprzez dostarczenie rzetelnych, zrozumiałych i szczegółowych informacji o projekcie.

Promocja projektu ma służyć rekrutacji uczestników, która w niniejszym projekcie będzie odbywać się etapowo:

- otwarte spotkania z mieszkańcami na terenie wsi
- indywidualne spotkania pracownika socjalnego z klientami Ośrodka Pomocy Społecznej

Informacja o rekrutacji będzie rozpowszechniana poprzez portale internetowe: www.gopslubawa.pl, www.e-lubawa.pl, www.lubawamojemiasto.pl, www.ngo.pl oraz inne w miarę potrzeb; ogłoszenia parafialne; ogłoszenia w lokalnej prasie, wiadomości wywieszane na tablicy ogłoszeń Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa, Urzędu Gminy Lubawa oraz Rady Sołectkiej wsi Omule.

Zasady rekrutacji uczestników do projektu „Sposób na nudę” będzie określał Regulamin rekrutacji i uczestnictwa w projekcie.

W ramach działań informacyjno-promocyjnych niniejszego projektu w szczególności należy pamiętać o wizualizacji projektu, tj.:

- 1) Oznaczeniu w logotypy EFS, PO KL i UE,
- 2) Informowaniu o współfinansowaniu przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Odnosi się to w szczególności do :

1) Oznaczania pomieszczeń, w których realizowany jest projekt tj:

- biura projektu,
- sal warsztatowych,
- innych sal, w których realizowane są działania w ramach projektu.

Informacja o współfinansowaniu powinna być **umieszczona w widocznym miejscu i czytelna** dla wszystkich osób uczestniczących w działaniach realizowanych w danym miejscu. Każde pomieszczenie, w którym realizowany jest projekt powinno zostać oznaczone poprzez **wywieszenie plakatu, tablicy, naklejki** lub innego rodzaju informacji zawierającej informację o współfinansowaniu projektu przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

2) Oznaczania sprzętu i wyposażenia zakupionego w ramach projektu;

Sprzęt, wyposażenie zakupione na potrzeby projektu musi być **wyraźnie oznakowane w widocznym miejscu, a napis oraz logotypy powinny być czytelne i wyraźne**. W ramach oznaczania sprzętu możliwe jest wykorzystywanie naklejek papierowych, naklejek na folii samoprzylepnej, tabliczek plastikowych, metalowych, naszywek z materiału, itp. Nie ma obowiązku oznaczania materiałów biurowych oraz małego sprzętu o niewielkiej wartości – np. zszywacze, dziurkacze, itp.

3) Informowania o współfinansowaniu stanowisk pracy w ramach projektu;

Informacja o współfinansowaniu stanowiska pracy przez UE w ramach EFS, PO KL powinna zostać zawarta w opisie stanowiska i w zakresie obowiązków pracownika.

W bezpośrednim miejscu pracy osób, których wynagrodzenie współfinansowane jest przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego powinna zostać zamieszczona informacja o współfinansowaniu stanowiska w formie tabliczki, informacji wywieszanej np. przed pokojem, w którym dana osoba wykonuje obowiązki.

4) Oznaczania publikacji, materiałów promocyjnych oraz udzielania informacji o współfinansowaniu podczas konferencji, warsztatów, spotkań, imprez integracyjno-aktywizacyjnych oraz innych wydarzeń realizowanych w ramach projektu;

Informacja o współfinansowaniu powinna znaleźć się co najmniej na:

- ❖ **zaproszeniach** – zarówno przekazywanych w formie papierowej, jak i elektronicznej, również jeśli zaproszenie jest zaproszeniem otwartym, w formie ogłoszenia, ogłoszenia prasowego, plakatu, itp.



- ❖ **plakatach, informacjach, ogłoszeniach** umieszczonych w sali, w miejscu widocznym dla uczestników spotkania lub/oraz przed wejściem do sali; informacja o współfinansowaniu może się również znajdować na elementach scenografii, wystroju stanowiska, jak również w formie roll-upów, banerów reklamowych, transparentów itp.,
- ❖ **materiałach, które otrzymują uczestnicy konferencji, spotkań, wydarzeń** - w szczególności na publikacjach, gadżetach, prezentacjach, materiałach audiowizualnych.

O ile formuła spotkania na to pozwala, informacja o współfinansowaniu powinna zostać również przekazana uczestnikom na wstępie lub na zakończenie spotkania, np. poprzez przekazanie tej informacji przez prowadzącego spotkanie/konferencję.

5) Informowania grupy docelowej – uczestników projektu i ich otoczenia o współfinansowaniu projektu przez UE w ramach EFS, PO KL.

Wszyscy uczestnicy projektu powinni mieć świadomość, że uczestniczą w projekcie współfinansowanym przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Informacja o współfinansowaniu powinna znaleźć się co najmniej na:

- ❖ materiałach szkoleniowych, w tym prezentacjach i publikacjach multimedialnych,
- ❖ zaproszeniach,
- ❖ korespondencji z uczestnikami, także w formie elektronicznej,
- ❖ certyfikatach potwierdzających zakończenie lub udział w formach wsparcia realizowanych w ramach projektu.

6) Oznaczania druków, dokumentacji merytorycznej, finansowej oraz formularzy do zbierania danych w procesie monitoringu, ewaluacji.

IV.

CEL DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W RAMACH PROJEKTU „SPOSÓB NA NUDE”

CEL STRATEGICZNY:

Celem strategicznym działań informacyjno-promocyjnych w ramach projektu „Sposób na nudę” jest wspieranie realizacji celów zawartych w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki oraz budowanie spójnego i pozytywnego wizerunku Europejskiego Funduszu Społecznego oraz wspieranie realizacji celów określonych w Narodowej Strategii Spójności, służących zapewnieniu maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących z Unii Europejskiej.

CELE OGÓLNE:

- 1) Podniesienie świadomości społecznej na poziomie lokalnym w zakresie funkcji jakie spełnia Europejski Fundusz Społeczny,
- 2) Upowszechnienie korzyści płynących z wykorzystania środków unijnych, a pośrednio z integracji z Unią Europejską.

CELE SZCZEGÓŁOWE:

- 1) Promowanie projektu „Sposób na nudę”, jego celów i założeń, współfinansowania przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego,
- 2) Informowanie o bieżących etapach realizacji projektu,

- 3) Zapewnienie by wszyscy beneficjenci ostateczni oraz ich otoczenie byli poinformowani, że uczestniczą w projekcie współfinansowanym ze środków UE, EFS,
- 4) Informowanie ogółu społeczeństwa za pomocą mediów lokalnych, że Ośrodek Pomocy Społecznej Gminy Lubawa realizuje projekt współfinansowany z funduszy UE i EFS,
- 5) Zachęcanie do udziału w podobnych przedsięwzięciach.

V.

INSTRUMENTY REALIZACJI STRATEGII INFORMACYJNO - PROMOCYJNEJ PROJEKTU „SPOSÓB NA NUDEŃ”

Promocja projektu realizowana będzie poprzez szeroko prowadzoną kampanię promocyjno-informacyjną, przez cały okres jego realizacji. Istotnym elementem działań informacyjno-promocyjnych powinno być zastosowanie odpowiednich instrumentów komunikacji dostosowanych do konkretnej grupy odbiorców.

Aby osiągnąć zakładane cele promocji, zastosowane będą następujące instrumenty:

- 1) Portale internetowe m.in.: www.gopslubawa.pl, www.e-lubawa.pl, www.lubawamojemiasto.pl, www.ngo.pl lub inne w miarę potrzeb.
Instrument ten ma służyć do systematycznego informowania ogółu społeczeństwa o idei i celach projektu „Sposób na nudę”, dofinansowaniu z funduszy UE, EFS, PO KL oraz bieżących etapach jego realizacji.
- 2) Dwie informacje prasowa w lokalnych mediach na temat realizacji projektu, jego celach, założeniach, poszczególnych etapach realizacji oraz współfinansowaniu z UE, EFS, PO KL. Informację zaplanowano na miesiąc maj.
- 3) Ścienna tablica ogłoszeń w OPS Gminy Lubawa - informująca o realizacji projektu, jego założeniach, celach, współfinansowaniu przez UE, EFS, POKL, aktualnościach i wydarzeniach.
- 4) Tablica informacyjna umieszczona na budynku Świetlicy Wiejskiej w Omulu, informująca o realizowaniu projektu przez Ośrodek Pomocy Społecznej Gminy Lubawa, współfinansowanego z funduszy UE, EFS z wymaganymi logotypami UE, EFS, PO KL oraz herbem Gminy Lubawa i logo Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa.
- 5) Materiały promocyjno-informacyjne: plakaty (30 szt.), ulotki (100 szt.) – informujące o projekcie, współfinansowaniu przez UE, EFS, PO KL, z logotypami: UE, EFS, PO KL, herbem Gminy Lubawa, logo OPS Gminy Lubawa, które zostaną rozpowszechnione poprzez:
 - wywieszenie na tablicach ogłoszeń Urzędu Gminy Lubawa, Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa, Rady Sołeckiej w Omulu,
 - umieszczenie w miejscach użyteczności publicznej (Urzędu Gminy Lubawa, Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa itp.),
 - przekazanie osobom zainteresowanym podczas konferencji inauguracyjnej i podsumowującej realizację projektu, a także w trakcie imprez integracyjnych.
- 6) Ogłoszenia parafialne informujące ogół społeczeństwa oraz potencjalnych beneficjentów ostatecznych o celach i założeniach projektu oraz prowadzonej rekrutacji.
- 7) Naklejki: (50 szt.) - posłużą do oznakowania pomieszczeń, w których realizowany jest projekt, wyposażenia, a także druków, dokumentacji i formularzy zastosowanych na potrzeby projektu.



- 8) Gadżety promocyjne: koszulki (50 szt.), kubki (50 szt.) - zawierające nazwę projektu oraz logo UE, EFS, PO KL. Przedmioty te stanowiąc będą jeden z najbardziej rozpowszechnionych kanałów promocyjnych wykorzystywanych w ramach promocji.
- 9) Konferencja inauguracyjna projekt z udziałem przedstawicieli władz lokalnych, ngo, mediów lokalnych, uczestników projektu, ich otoczenia oraz osób zainteresowanych projektem. Podczas konferencji uczestnicy zostaną poinformowani o założeniach, celach projektu oraz współfinansowaniu przez UE, EFS.
- 10) Konferencja kończąca realizację projektu z udziałem przedstawicieli władz lokalnych, ngo, mediów lokalnych, uczestników projektu, ich otoczenia oraz osób zainteresowanych projektem. Podczas konferencji kończącej realizację projektu uczestnicy zostaną poinformowani o osiągniętych założeniach i celach projektu.

VI.

HARMONOGRAM REALIZACJI DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W RAMACH ZADANIA 2 – Promocja Projektu

Promocja projektu stanowi **ZADANIE 2** prowadzone przez cały okres realizacji projektu „Sposób na nudę”. Harmonogram poszczególnych etapów związanych z promocją przedstawia się następująco:

Harmonogram realizacji Zadania 2 – „Sposób na nudę”

L.p.	Etapy realizowania zadania 2. Promocja projektu	Miesiąc realizacji				
		V	VI	VII	VIII	IX
I.	Zapoznanie personelu ze strategią informacyjno – promocyjną projektu i wytycznymi w tym zakresie, wdrażanie i stosowanie					
II.	Dokonanie wizualizacji projektu: oznakowanie w symbole UE, EFS, PO KL: stanowisk pracy, sprzętu, dokumentów, pomieszczeń, strony internetowej, itp.					
III.	Opracowanie ulotek, plakatów, naklejek z logiem UE, EFS, PO KL (uzgodnienie ich treści, grafiki), wydruk i dystrybucja					
IV.	Zlecenie opracowania tablicy informacyjnej (uzgodnienie treści, grafiki), zakup i zamieszczenie					
V.	Zlecenie opracowania gadżetów: kubki z logiem UE, EFS, POKL, nazwą projektu (uzgodnienie koncepcji) – zgodnie z zam. publ., zakup i dystrybucja					
VI.	Zlecenie opracowania gadżetów: koszulek z logiem UE, EFS, POKL, nazwą projektu (uzgodnienie koncepcji) – zgodnie z zam. publ., zakup i dystrybucja					
VII.	Opracowanie i umieszczenie na stronie internetowej OPS informacji o projekcie, dofinansowaniu z UE, EFS, POKL, celach działaniach itp.					
VIII.	Organizacja konferencji inauguracyjnej projekt (ustalenie programu, opracowanie i dystrybucja zaproszeń, podział obowiązków, przygotowania organizacyjne)					
IX.	Przeprowadzenie konferencji inauguracyjnej projekt z udziałem uczestników, przedstawicieli lokalnych władz, mediów, itp.					
X.	Organizacja konferencji podsumowującej projekt (ustalenie programu, opracowanie i dystrybucja zaproszeń, podział obowiązków, przygotowania organizacyjne)					
XI.	Przeprowadzenie konferencji podsumowującej projekt z udziałem uczestników, przedstawicieli lokalnych władz, mediów, itp.					
XII.	Ogłoszenie w prasie lokalnej o projekcie (opracowanie materiału i 1 publikacja)					

VII. BUDŻET NA REALIZACJĘ ZADANIA 2 - „Promocja projektu”

L.p	Okres realizacji	Opis działania	Kwota przewidziana w budżecie	Wykorzystanie
1.	maj 2010r.	Zakup tonera – 4 szt. do wydrukowania 100 szt. ulotek A-4, 30 szt. plakatów A-3, 50 szt. naklejek z logiem UE, EFS, PO KL i nazwą projektu.	600,00 zł	Ulotki, plakaty rozpowszechniane będą w miejscach użyteczności publicznej i przekazane osobom zainteresowanym przez cały okres trwania projektu. Naklejki posłużą z kolei do oznakowania pomieszczeń i dokumentacji.
2.	maj 2010r.	Zakup tablicy informacyjnej o projekcie z logiem UE, EFS, POKL, nazwą projektu.	200,00 zł	Tablica zawierająca informacje o realizowaniu projektu współfinansowanego z funduszy UE i EFS zostanie umieszczona na budynku Świetlicy Wiejskiej w Omulu, w której będą realizowane warsztaty dla uczestników projektu.
3.	maj, czerwiec, sierpień, wrzesień/20010r.	Wykonanie, zakup i dystrybucja kubków z logiem UE, EFS, PO KL i nazwą projektu.	750,00 zł	Będą one wykorzystywane przez cały okres trwania projektu aż do wyczerpania zapasów. Przekazane zostaną uczestnikom podczas konferencji inauguracyjnej oraz podsumowującej projekt, a także w trakcie imprez integracyjnych tj. Pikniku Integracyjnego, Festynu Integracyjnego
4.	maj, czerwiec, sierpień, wrzesień/20010r.z	Wykonanie, zakup i dystrybucja koszulek z logiem UE, EFS, POKL i nazwą projektu.	750,00 zł	Koszulki zostaną przekazane uczestnikom projektu podczas konferencji inauguracyjnej oraz podsumowującej projekt, a także w trakcie imprez integracyjnych tj. Pikniku Integracyjnego, Festynu Integracyjnego.
5.	maj 2010r.	Zorganizowanie konferencji inauguracyjnej projekt	150,00 zł	Konferencja będzie stanowiła istotny element kampanii promocyjno – informacyjnej. Celem konferencji będzie przedstawienie głównych założeń i celów projektu w formie prezentacji multimedialnej. Do udziału w konferencji zostaną zaproszeni uczestnicy projektu, przedstawiciele lokalnych władz oraz mediów (Głos Lubawski, Kurier Iławski, Echo Iławy). Informacja o konferencji zostanie umieszczona na stronach internetowych: www.gopslubawa.pl , www.e-lubawa.pl , www.lubawamojemiasto.pl , www.ngo.pl oraz innych w miarę potrzeb.
6.	październik 2010r.	Zorganizowanie konferencji podsumowującej projekt	150,00 zł	Konferencja będzie stanowiła istotny element kampanii promocyjno – informacyjnej. Celem konferencji będzie podsumowanie realizacji projektu oraz zaprezentowanie osiągniętych celów i rezultatów. Do udziału w konferencji zostaną zaproszeni uczestnicy projektu, przedstawiciele lokalnych władz oraz mediów (Głos Lubawski, Kurier Iławski, Echo Iławy). Informacja o konferencji zostanie umieszczona na stronach internetowych: www.gopslubawa.pl , www.e-lubawa.pl , www.lubawamojemiasto.pl , www.ngo.pl oraz innych w miarę potrzeb.
7.	czerwiec, październik 2010r.	Dwa ogłoszenie prasowe o realizacji projektu	1.600,00 zł	Ogłoszenie prasowe o realizacji projektu ukaże się w lokalnej prasie. Będzie ono istotnym elementem działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych w projekcie. Pozwoli na szeroką promocję projektu wśród lokalnej społeczności.

VIII. OCENA REALIZACJI STRATEGII INFORMACYJNO - PROMOCYJNEJ PROJEKTU „SPOSÓB NA NUDE”

OCENA SKUTECZNOŚCI:

Monitorowanie wdrażania i realizacji Strategii informacyjno - promocyjnej projektu „Sposób na nudę” ma kluczowe znaczenie dla oceny **efektywności działań** informacyjno-promocyjnych.

Procedury **oceny skuteczności** tych działań obejmują:

1. Bieżące prowadzenie zestawienia PRZYCHODU (wykonanie/zakup) oraz ROZCHODU (rozpowszechnienie/rozdysponowanie) materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty, naklejki, gadżety: kubki, koszulki),
2. Bieżące prowadzenie ilości i częstotliwości zastosowania instrumentów informacyjno-promocyjnych (ilość ogłoszeń, informacji na portalach internetowych itp.),
3. Sporządzenie Raportu z monitorowania projektu.

EWALUACJA:

Ewaluacja działań informacyjno-promocyjnych w ramach projektu „Sposób na nudę” ma na celu określenie pośrednich i bezpośrednich konsekwencji tych działań. Badane będą ilości prowadzonych działań i ich rezultaty. Ostatecznym wskaźnikiem ich skuteczności będzie stopień realizacji podstawowych celów działań informacyjno-promocyjnych w ramach projektu „Sposób na nudę”. Informacje te zostaną zawarte w Raporcie: „EWALUACJA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W RAMACH PROJEKTU „SPOSÓB NA NUDE”.

Kierownik
Ośrodka Pomocy Społecznej
Gminy Lubawa

/-/ Adam Roznerski