

Harmonogram szkolenia
Promocja projektów realizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

30 listopada 2016 r.	
8:10– 8:30	<i>Rejestracja uczestników</i>
8:30 – 10:15	<p>1. Podstawowe informacje dotyczące RPO WŁ na lata 2014-2020</p> <ul style="list-style-type: none"> - cele, obszary interwencji, zakładane rezultaty, - wnioskodawcy, - beneficjenci. <p>2. Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji</p> <ul style="list-style-type: none"> - obowiązki informacyjno-promocyjne, - działania informacyjno-promocyjne w projektach, - plan działań informacyjno-promocyjnych, - zasady oznakowania dokumentów, inicjatyw informacyjno-promocyjnych, miejsca projektu, strony internetowej, - działania informacyjno-promocyjne skierowane do uczestników i odbiorców ostatecznych. <p>3. Karta wizualizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014 – 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> - wzory zastosowania znaków FE, UE i logo promocyjne województwa łódzkiego (tablica informacyjna, plakat) <p>4. Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014 – 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> - cel główny i cele szczegółowe komunikacji programu; - zasady prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych; - stosowanie głównego komunikatu programu w działaniach informacyjno-promocyjnych; - działanie instytucji wspierającej potencjalnego beneficjenta i beneficjenta w zakresie ich obowiązków informacyjno-promocyjnych
10:15– 10:25	<i>Przerwa kawowa</i>
10:25 – 12:10	<p>5. Strategia promocji projektu</p> <ul style="list-style-type: none"> - określenie odbiorców, - zidentyfikowanie celów promocji, - stworzenie projektu przekazu, - wybranie odpowiednich mediów i realizowanie tzw. mieszanki promocyjnej, - ustalenie budżetu promocyjnego, - zweryfikowanie wyników promocji

	<p>6. Cele i adresaci działań promocyjnych w ramach projektu.</p> <p>7. Formy i narzędzia promocji w projekcie: prasa, radio, telewizja, Internet, konferencje, eventy, kampanie promocyjne.</p> <p>8. Dobre praktyki w zakresie promocji projektów realizowanych z Funduszy Europejskich (tj. wspartych z Europejskiego Funduszu Społecznego lub Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego).</p>
12:10 – 12:20	<i>Przerwa kanapkowa</i>
12:20 – 14:05	9. Ćwiczenia z przygotowania planu promocji
14:05 – 14:15	<i>Przerwa kawowa</i>
14:15 – 15:30	10. Omówienie ćwiczenia z przygotowania planu promocji
15.30 – 16.00	11. Konsultacje indywidualne.