5. pielikums

# Projektu iesniegumu atlases nolikumam

# Komunikācijas plāna paraugs (5. pielikums)

## Stratēģiskais apskats

|  |
| --- |
| Sniedziet īsu apskatu (aptuveni divas rindkopas) par komunikācijas plāna galvenajiem elementiem, ieskicējot, piemēram:   * situācijas analīzi; * komunikācijas mērķus; * mērķauditorijas. |
|  |

## Situācijas analīze

|  |
| --- |
| Izvērtējiet pašreizējo situāciju, izstrādājot SVID analīzi (uzskaitot savas stiprās un vājās puses, iespējas un draudus) tam, kā veicat komunikāciju un informējat par ES fondu atbalstu. Padomājiet par to, kā jūsu galvenās auditorijas uztver ES fondus/projektu, kādi komunikācijas līdzekļi strādā un/vai kādi – nē, ko varētu pilnveidot, lai veiksmīgāk nodotu savu vēstījumu. |
| Stiprās puses:  Vājās puses:  Iespējas:  Draudi: |

## Mērķi

|  |
| --- |
| Definējiet mērķus (ko vēlaties sasniegt stratēģiskā līmenī), nosakot **ne vairāk** kā sešus mērķus, katram no tiem piesaistot atbilstošu mērķauditoriju (-as) un iecerēto taktiku.  Pārliecinieties par izvirzīto mērķu sasaisti ar ES fondu komunikācijas stratēģijā noteiktajiem mērķiem un uzdevumiem! |
|  |

## Mērķauditorijas

|  |
| --- |
| Definējiet konkrētas mērķauditorijas, izvērtējot dažādu mērķauditoriju vajadzības, gaidas un intereses. Mērķauditoriju vajadzības un intereses var palīdzēt noskaidrot arī tādas izpētes metodes kā sabiedriskās domas aptaujas, fokusa grupu diskusijas, konsultācijas ar mērķauditoriju pārstāvjiem vai organizācijām, dizaina domāšana u.c. |
|  |

## Vēstījumi

|  |
| --- |
| Atspoguļojiet galvenos vēstījumus, kas paredzēti dažādām mērķauditorijām, pārliecinoties par vēstījuma sasaisti ar ES fondu komunikācijas stratēģijā noteiktajiem konkrēto fondu komunikācijas mērķiem. |
|  |

## Taktika

|  |
| --- |
| Sniedziet īsu ieskatu **galvenajos komunikācijas pasākumos**, ko plānojat organizēt dažādām mērķauditorijām, iekļaujot arī informācijas izvietošanu tīmekļa vietnē.  Mēģiniet aprakstīt arī tādas komunikācijas iespējas, ko varētu radīt sadarbībā ar citām ES fondu komunikācijā iesaistītajām pusēm, piemēram, plānošanas reģioniem, EDIC, NVO, CFLA, citām ministrijām u.tml. |
|  |

## Mediji

|  |
| --- |
| Identificējiet projektam atbilstošos medijus, piemēram, vietējos medijus (atkarībā no projektu īstenošanas vietas) vai nozares medijus (piemēram, izdevumi kādā konkrētā jomā). |
|  |

## Rezultātu novērtējums

|  |
| --- |
| Norādiet novērtēšanas kritērijus (kādā veidā izvērtēsiet, vai esat sasnieguši savus komunikācijas mērķus) un pierādījumus tam, kas ticis sasniegts publicitātes jomā. |
|  |

## 9. Atbildīgās personas

|  |
| --- |
| Norādiet par komunikācijas plāna īstenošanu atbildīgo personu kontaktinformāciju. |
|  |

## Plānoto aktivitāšu laika grafiks un budžets

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **2023. gads** | | | | | | | |
| **Komunikācijas aktivitāte** | **Metode/**  **taktika** | **Komunikācijas kanāli** | **Laiks** | **Dalībnieki/ mērķgrupa** | **Plānotās izmaksas (EUR)** | **Piezīmes** | **Atbildīgais** |
| **Piemērs:**  Informācija par programmu, projektu iesniegumu iesniegšanas termiņiem, projektu iesniegumu veidlapas, atlases kritēriji u.c. | Informācijas publicēšana tīmekļvietnē | VI administrētā tīmekļvietne [www.eeagrants.lv](http://www.eeagrants.lv) | Pēc MK noteikumu par programmas īstenošanas kārtību apstiprināšanas, regulāri atjaunojot.   * Baltijas pētniecības programma – 2020.g. 3.cet. * Inovāciju centri –   2020.g. 3. cet.   * Stipendijas – 2021.g. 1.cet. | Latvijas, donorvalstu, Igaunijas un Lietuvas augstākās izglītības iestādes un zinātniskās institūcijas - potenciālie projektu iesniegumu iesniedzēji un partneri, donorvalstu programmas partneri, labuma guvēji, ieinteresētās personas, sabiedrība kopumā | - | Latviešu un angļu valodā | VIAA, IZMM |