**Roční komunikační plán**

**IROP 2015**

vypracoval: Mgr. David Palivec, Oddělení podpory OP

schválil dne ……. 2015: Ing. Rostislav Mazal, ředitel OŘOP

**Seznam zkratek:**

CRR ČR…………………………………. Centrum pro regionální rozvoj ČR

ESIF………………………………. Evropské strukturální a investiční fondy

IOP…………………………………………... Integrovaný operační program

IROP…………………………….. Integrovaný regionální operační program

ITI………………………………..................... Integrované územní investice

KoP………………………………………………………….Komunikační plán

MAS……………………………………………………....Místní akční skupiny

MMR ČR…………………………………. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

NOK………………………………………..…. Národní orgán pro koordinaci

OM IROP……………………………………….…….Operační manuál IROP

RKoP………………..……………………………… Roční komunikační plán

ŘO………………………………………...………………………. Řídicí orgán

SKS……………………………….….……. Společná komunikační strategie

ZS………………….……………………………...…. Zprostředkující subjekt

**Obsah:**

1. Manažerské shrnutí…………………………………………………….4
2. Popis výchozí situace…………………………………………………..6
3. Cílové skupiny a komunikační cíle…………………………………....7
4. Popis komunikačních aktivit, návaznost na cílové skupiny, indikativní harmonogram a rozpočet ………………………………………………………….…….………....12
5. Odpovědnost za plnění komunikačních aktivit………………….….14
6. Evaluace a indikátory ……………………………………………….. 15
7. **Manažerské shrnutí**

Roční komunikační plán Integrovaného regionálního operačního programu (dále jen RKoP IROP) pro rok 2015 navazuje na Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014 - 2020 (dále jen SKS ESIF). Dále vychází z Komunikačního plánu IROP 2015 - 2023 a reflektuje stav implementace IROP v roce 2015.

***Návaznost RKoP IROP 2015 na SKS ESIF***

SKS definuje pro všechny operační programy hlavní cíle informování a publicity ESIF, cílové skupiny, komunikační nástroje, rámcový harmonogram, indikativní rozpočet a pravidla pro monitoring a vyhodnocování úspěšnosti naplňování stanovených cílů. Aktuální verzi SKS lze nalézt na webu [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz) (v sekci fondy EU v ČR/NOK/publicitní činnost).

***Návaznost na KoP IROP 2015 – 2023***

KoP IROP je interní dokument, který navazuje na SKS a který slouží ŘO IROP k lepšímu řízení komunikace a publicity. KoP definuje pro IROP primární cílové skupiny, komunikační priority (v návaznosti na komunikační cíle SKS), shrnuje veškeré optimální komunikační nástroje, stanovuje indikativní rozpočet a harmonogram 2015 – 2023, zodpovědnost za řízení a realizaci a definuje soustavu hlavních a vedlejších monitorovacích indikátorů.

***Stav implementace IROP***

Jelikož je IROP v roce 2015 v pokročilém stádiu přípravy programu a v druhé části roku je v plánu vyhlášení prvních výzev, budou této skutečnosti přizpůsobeny i komunikační témata a cílové skupiny RKoP 2015.

**Komunikační témata pro rok 2015:**

**První výzvy IROP**

**Představujeme IROP**

**Primární cílové skupiny komunikace pro rok 2015 dle míry relevance:**

**Žadatelé**

**Média**

**Potencionální žadatelé**

Rok 2015 je počátečním rokem implementace IROP, tudíž je v rámci RKoP IROP 2015 kladen velký důraz na informování potencionálních žadatelů pro zajištění dostatečné absorpční kapacity v rámci prvních výzev. V pokročilejší fázi roku 2015 bude rozšířena cílová skupina komunikace o žadatele, kterým budou prostřednictvím seminářů, konzultačního servisu (podrobně v OM IROP), webové aplikace IROP fórum (v případě, že se konzultační servis a webová aplikace IROP fórum nestihnou implementovat v roce 2015, budou určené prostředky přesunuty do rozpočtu RKoP IROP 2016) a newsletteru IOP pod lupou poskytovány potřebné informace pro zajištění dostatečného počtu kvalitně zpracovaných projektových žádostí. V rámci zvyšování mediální publicity programu bude komunikováno s médii ve spolupráci s Odborem komunikace MMR prostřednictvím tiskových zpráv.

**Návrh komunikačních aktivit včetně harmonogramu a plánovaných výdajů:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Komunikační aktivita** | **Subjekt odpovědný za realizaci** | **Plánované období realizace** | **Celkové výdaje** |
| Semináře k představení IROP | ŘO | 1. – 2. čtvrtletí | 975 000 |
| Semináře pro žadatele k prvním výzvám | ŘO/CRR | 3. – 4. čtvrtletí | 575 000 |
| Výroba a distribuce newsletteru IOP[[1]](#footnote-1) Pod lupou | ŘO | 1. – 4. čtvrtletí | 175 000 |
| Tiskové zprávy | ŘO/CRR | 1. – 4. čtvrtletí | 0 |
| Konzultace přes emailovou schránku irop@mmr.cz | ŘO | 1. – 4. čtvrtletí | 0 |
| Provoz microsite IROP | ŘO/NOK | 1. – 4. čtvrtletí | 0 |
| Otázky a odpovědi na microsite IROP | ŘO | 2. – 3. čtvrtletí | 0 |
| Implementace konzultačního softwaru | ŘO | 3. – 4. čtvrtletí | 1 000 000 |
| Webová aplikace IROP fórum | ŘO | 3. – 4. čtvrtletí | 525 000 |
| **Celkem Kč** |  |  | **3 250 000** |

1. **Popis výchozí situace**

RKoP IROP 2015vznikl na základě povinnosti ŘO zajišťovat publicitu IROP v programovém období 2014 – 2020 a dále na základě povinnosti vyplývající z kapitoly 7.2 Metodického pokynu pro publicitu a komunikaci ESI fondů v programovém období 2014-2020. Tento dokument navazuje na SKS ESIF a zpřesňuje navržené postupy pro komunikaci a publicitu IROP v KoP IROP 2015 – 2023. Definuje komunikační témata a nástrojezvolené pro splnění nastavených cílů a indikátorů s rozlišením pro jednotlivé cílové skupiny.

*RKoP IROP 2015 je vypracován v souladu s níže uvedenými metodickými pokyny a závaznými dokumenty:*

Operační manuál IROP, kapitola B8

+

Komunikační plán IROP

2015 - 2023

Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci ESI fondů v programovém období 2014-2020

+

Společná komunikační strategie ESI fondů v ČR v PO 2014 - 2020

Nařízení EK

č. 1303/2013

+

Prováděcí nařízení Komise (EU) č. 821/2014

RKoP IROP 2015 dále z věcného hlediska částečně vychází ze  zkušeností z realizace informačních a propagačních aktivit v období počáteční fáze implementace IOP (semináře, online komunikace, konzultace). Z důvodu obdobné absorpční kapacity je dále vhodné v rámci vydávání newsletteru IOP pod lupou v roce 2015 zohledňovat témata související s IROP. Výše uvedené komunikační nástroje budou součástí RKoP IROP 2015.

1. **Cílové skupiny a komunikační cíle**
   1. ***Primární cílové skupiny***

* potencionální žadatelé
* žadatelé
* média

V roce 2015 budou nejdůležitější cílovou skupinou komunikace potencionální žadatelé. Intenzivní komunikace základních parametrů podporovaných intervencí v IROP a podmínek výzev směrem k této cílové skupině bude probíhat (zejména formou přímé a online komunikace) z důvodu zajištění co nejširší absorpční kapacity. Zároveň bude kladen důraz na kvalitu poskytovaných informací a jejich relevanci. Směrem k žadatelům bude následně zajištěna prostřednictvím obdobných komunikačních nástrojů vysoká informovanost během procesu implementace prvních výzev IROP, a to výhradně v souvislosti s poskytnutím dostatečného informačního servisu pro efektivní administraci projektových žádostí. V rámci snahy o budování pozitivní publicity budou nedílnou součástí komunikace pro rok 2015 také média.

**Definice cílových skupin:**

* ***Potenciální žadatelé***

Jedná se o cílovou skupinu, která je definovaná jako oprávněný žadatel/příjemce podpory ESIF. Cílem je zvýšit aktivní zájem zástupců široké veřejnosti zařadit se do cílové skupiny žadatelů, která zahrnuje také potenciální příjemce. Informace pro tuto cílovou skupinu jsou více odborného charakteru a zapojují specifika IROP. Vhodné komunikační nástroje v kontextu efektivity vynaložených prostředků jsou zejména semináře, osobní konzultace,  webové stránky (zejména sekce otázky a odpovědi),  apod**.** Mezi důležité potenciální žadatele IROP patří subjekty místní a krajské samosprávy, organizační složky státu, nestátní neziskové organizace, vzdělávací instituce a další.

* ***Žadatelé***

Zástupci této skupiny jsou subjekty, které odpovídají definici potencionálního žadatele ucházejícího se o podporu z IROP (viz výše) a předkládají svou projektovou žádost k hodnocení za účelem získání podpory z fondů EU. Jedná se o subjekty, které mají zájem o realizaci projektů. V tomto ohledu je nutné jim včas

poskytnout relevantní informace k předkládání a realizaci projektů a metodickou podporu (např. jak napsat projekt, co je a co není financovatelné a za jakých podmínek). Komunikační nástroje pro tuto skupinu jsou především pravidla pro žadatele a příjemce a další typy publikací či odborné semináře zaměřující se mimo jiné na přípravu projektů. Dále je efektivní mít pro tuto cílovou skupinu nastavený konzultační servis, který bude obsahovat široké spektrum vstupních nástrojů (např. webové stránky /otázky a odpovědi nebo aplikace IROP fórum/, mail, telefon, osobní konzultace apod.). Pro efektivní fungování konzultačního servisu je důležitá dostatečná personální kapacita, která bude tento servis koordinovat. Tuto koordinaci tak bude v rámci ŘO zajišťovat daný komunikační úředník a v rámci CRR a jeho poboček 13 pracovníků absorpční kapacity.

* ***Média***

Tato cílová skupina představuje především zástupce masových komunikačních médií (rozhlas, televize, tisk, internet), jejichž posláním je umožnit přenos sdělení od zdroje (ŘO, CRR, ITI, příjemce atd.) k adresátovi. Její vliv je klíčový na utváření povědomí o IROP především u široké veřejnosti, ale také u tvůrců veřejného mínění a osob s rozhodovacími pravomocemi ve veřejném sektoru.  Vyžaduje jednoduchou, srozumitelnou a včasnou informaci. V roce 2015 se dají očekávat mediální výstupy v souvislosti se spuštěním IROP a vyhlášením prvních výzev. Tomu bude přizpůsoben obsah sdělení tiskových zpráv (např. semináře) Vedle klasických nástrojů komunikace (např. tiskové zprávy a konference, PR komunikace) je důležité dlouhodobé budování informačních vazeb a proaktivní přístup ve spolupráci s Odborem komunikace MMR.

*Z výše uvedeného vyplývají následující komunikační sdělení směrem k primárním cílovým skupinám pro rok 2015:*

|  |
| --- |
| **Potenciální žadatelé a žadatelé** |
| * Administrace projektů je snazší než v minulém programovém období. * Subjekty implementační struktury IROP poskytují informační servis o možnostech čerpání z IROP. * Způsob předkládání, výběr, kontrola a proplácení projektů je v každé části procesu transparentní. * Připravujete projektovou žádost? Rádi Vám poskytneme informace. * Inspirujte se úspěšnými projekty realizovanými v programovém období 2007 – 2013 (např. v rámci IOP /www.kvalitazivota.eu/ a ROP). * Žadatelé podpory získávají včasnou a kvalitní informaci o nejčastějších chybách při přípravě projektové žádosti. |
| **Média** |
| * Smysluplnost finančních intervencí IROP. * Peníze z IROP se budou čerpat transparentně. * Všichni žadatelé mají dostatek a správných informací k tomu, aby připravili kvalitní projektovou žádost. * Tematické celky týkající se IROP: silnice, doprava, integrovaný záchranný systém, sociální bydlení, sociální podnikání, zdravotnictví, vzdělávání, zateplování, kultura, eGovernment, územní rozvoj a komunitně vedený místní rozvoj. * Projekty IROP zvýší kvalitu života každého z nás! * Sociální integrace. |

* 1. ***Ostatní cílové skupiny***
* Občané ČR 15+
* Evropská komise
* Monitorovací výbor IROP
* Hospodářští a sociální partneři
* Ostatní subjekty zapojené do implementace (decision makers)
  1. ***Komunikační cíle***

V rovině komunikačních cílů SKS ESIF a s ohledem na fázi programového cyklu IROP v roce 2015 bude komunikačním cílem:

* **CÍL I: KOMUNIKACE PRO ÚSPĚŠNOU KOHEZNÍ POLITIKU EU – ROVINA OBECNÁ**

V této rovině je hlavním cílem zvýšit úspěšnost realizace nástrojů kohezní politiky v ČR a prostřednictvím široké škály nástrojů komunikovat existenci evropských fondů a přidanou hodnotu, kterou kohezní politika znamená pro Českou republiku.

*V KoP IROP 2015 – 2023 je v rámci této roviny definována následující komunikační priorita:*

**KP1:** Vybudovat pozitivní vnímání IROP u cílových skupin.

* **CÍL II: KOMUNIKACE PRO ÚSPĚŠNOU KOHEZNÍ POLITIKU EU – ROVINA PROGRAMOVÁ**

V této rovině je hlavním cílem motivovat potenciální žadatele IROP prostřednictvím včasné, strukturované a dostatečně kvalitní komunikace o možnostechčerpání z ESIF. Následně je důležité podpořit úspěšnost zrealizovaných projektů prostřednictvím dostatečné, kvalitní a včasné podpory žadatelům a příjemcům při přípravě a realizaci projektů v rámci IROP (absorpční kapacita). Rovněž do této

roviny spadá informování odborné i široké veřejnosti o oblastech spadajících do působnosti IROP i o obecných otázkách a průřezových tématech.

*V KoP IROP 2015 – 2023 jsou v rámci této roviny definovány následující komunikační priority:*

**KP2:** Zajistit kvalitní a fungující informační a konzultační servis potencionálním žadatelům, žadatelům a příjemcům.

**KP3:** Zajistit co nejširší absorpční kapacitu a dostatečné množství podaných projektových žádostí.

*Z výše uvedeného plyne následující zaměření dlouhodobých a krátkodobých cílů vzhledem k primárním cílovým skupinám:*

|  |
| --- |
| **Potenciální žadatelé a žadatelé** |
| *Dlouhodobé cíle:*   * Informovat potencionální žadatele o možnostech financování aktivit z IROP. * Informovat žadatele o nejčastějších chybách při předkládání projektových žádostí. * Posílit povědomí potencionálních žadatelů o transparentnosti procesu výběru projektů a čerpání finančních prostředků z IROP.   *Krátkodobé cíle*:   * Webová aplikace IROP fórum jako optimální komunikační kanál pro příjem dotazů. * Informovat žadatele o možnosti konzultace projektů. * Informovat o microsite IROP (v roce 2016 o webu IROP) jako o zdroji důležitých informací * Informovat o kvalitních projektech (tematicky zaměřených stejně jako budou projekty IROP) realizovaných v programovém období 2007 – 2013. |
| **Média** |
| *Dlouhodobé cíle:*   * Ubezpečit média o transparentnosti čerpání prostředků v IROP.   *Krátkodobé cíle:*   * Prezentovat plánované[[2]](#footnote-2) dopady intervencí IROP na každodenní život obyvatel ČR. |

* + 1. ***Definice rizik v souvislosti s plněním komunikačních cílů***

V rámci mediální komunikace jsou definována následující rizika:

* negativní mediální prostředí - Informovanost prostřednictvím médií zpravidla bývá negativního charakteru. Tzn., že veřejné mínění je utvářeno na základě mediálních informací, které s sebou nesou negativní sdělení /viz některé projekty z minulého programového období (např. podezření z korupce, nízká smysluplnost projektů, předražené veřejné zakázky, netransparentní proces hodnocení)/. ŘO IROP může takovýto styl komunikace ovlivnit budováním výše uvedených informačních a hlavně pozitivních vazeb s novináři (ve spolupráci s Odborem komunikace MMR). Produkce pravidelných, kvalitních a pozitivně zaměřených tiskových zpráv je nutnou podmínkou ve snaze předcházet tomuto riziku.
* Nepřehlednost a nízká atraktivita microsite IROP – z následujících důvodů: výrazně slabé grafické ztvárnění a webdesign, nízká atraktivita, nízká přehlednost informací (pro optimalizaci nejsou pro ŘO IROP zajištěna dostatečná práva v rámci redakčního systému), chybí členění webu dle cílových skupin (pro optimalizaci nejsou pro ŘO IROP zajištěna dostatečná práva v rámci redakčního systému), chybí možnost filtrování dokumentů dle zvolených parametrů (prioritní osa, specifický cíl, výzva) – zavedení filtrování dokumentů by vyžadovalo rozvoj redakčního systému, který předpokládá neplánované výdaje NOK, nízký počet funkcionalit redakčního systému, náročná obslužnost redakčního systému, limity rozvoje redakčního systému, nejednoznačná doména, nesamostatnost (závislost na NOK).
* Personální kapacita/pracovníci absorpční kapacity CRR

* + 1. ***Komunikační nástroje pro plnění komunikačních cílů v roce 2015***

Nástroj pro plnění komunikačního cíle I: tiskové zprávy

Nástroje pro plnění komunikačního cíle II: semináře, online newsletter, microsite IROP, individuální konzultace (webová aplikace IROP fórum)

1. **Popis komunikačních aktivit, návaznost na cílové skupiny, indikativní harmonogram a rozpočet**
   1. ***Seznam komunikačních aktivit***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivita/stručný popis** | **Subjekt odpovědný za realizaci** | **Cílová skupina** | **Plánované období realizace** | **Počet** | **Zdroj financování[[3]](#footnote-3)** | **Celkové výdaje** |
| Semináře k představení IROP – ve všech krajských městech ČR bude formou semináře (celkem 13) představen IROP. Na seminářích budou prezentovány veškeré důležité informace v souvislosti se spuštěním a počáteční implementace tohoto OP. | ŘO | Potencionální žadatelé | 1. – 2. čtvrtletí | 2400 účastníků | Technická pomoc IOP | 975 000 |
| Semináře pro žadatele k prvním výzvám – v souvislosti s implementací prvních výzev IROP budou žadatelům formou seminářů poskytnuty relevantní informace k předkládání a realizaci projektů. | ŘO | Žadatelé | 3. – 4. čtvrtletí | 550 účastníků | Technická pomoc IOP/IROP | 550 000 |
| Výroba a distribuce newsletteru IOP[[4]](#footnote-4) Pod lupou – v rámci tohoto newsletteru budou prezentována témata související s přípravou IROP. | ŘO | Potencionální žadatelé/žadatelé | 1. – 4. čtvrtletí | 2000 výtisků | Technická pomoc IOP/IROP | 175 000 |
| Tiskové zprávy – základní nástroj pro komunikaci s médii. Je vhodné touto formou alespoň jednou měsíčně informovat média o plánovaných pozitivních přínosech IROP. | ŘO/CRR | Média | 1. – 4. čtvrtletí | 12 | - | 0 |
| Konzultace přes emailovou schránku irop@mmr.cz | ŘO | Potencionální žadatelé/žadatelé | 1. – 4. čtvrtletí | 1000 odpovědí | - | 0 |
| Provoz microsite IROP | ŘO/NOK | Potencionální žadatelé/žadatelé/média | 1. – 4. čtvrtletí | 20 000 unikátních uživatelů | - | 0 |
| Otázky a odpovědi na microsite IROP | ŘO | Potencionální žadatelé/žadatelé | 2. – 3. čtvrtletí | 600 otázek a odpovědí | - | 0 |
| Implementace konzultačního softwaru – v rámci optimalizace informačního servisu pro potencionální žadatele, žadatele a příjemce bude implementován pro ŘO a CRR (včetně poboček) jednotný konzultační software IROP. | ŘO | Potencionální žadatelé/žadatelé | 3. – 4. čtvrtletí | 1200 otázek a odpovědí | Technická pomoc IOP/IROP | 1 000 000 |
| Webová aplikace IROP fórum – prostřednictvím této aplikace budou zveřejňovány odpovědi z konzultačního servisu. | ŘO | Potencionální žadatelé/žadatelé | 3. – 4. čtvrtletí | 200 informovaných subjektů | Technická pomoc IOP/IROP | 525 000 |
| **Celkem Kč** |  | **3 250 000** | | | | |

1. **Odpovědnost za plnění komunikačních aktivit**

Za koordinaci publicity a komunikace IROP je odpovědný ŘO IROP. Odpovědnost za přípravu a organizaci komunikačních aktivit mají komunikační úředníci ŘO IROP, kteří spolupracují s dalšími odděleními při realizaci jednotlivých aktivit.

Pracovní skupina pro komunikaci IROP (dále jen PS pro komunikaci IROP) je řízená a vedená ŘO IROP, za účasti zástupců CRR ČR a případně dalších hostů.

**PS pro komunikaci IROP**

***Úkolem je zejména***:

• Připomínkování SKS, návrhy úprav SKS;

• Připomínkování návrhů RKoP ŘO IROP i CRR ČR;

• Spolupráce při přípravě a sledování průběhu jednotlivých realizovaných komunikační aktivit, jejich průběžná evaluace a návrhy na úpravu (včetně aktivit CRR ČR);

• Koordinace jednotlivých plánovaných a realizovaných komunikačních aktivit, sledování jejich výstupů a vyhodnocování (včetně aktivit CRR ČR).

• Koordinace jednotlivých plánovaných a realizovaných aktivit s NOK.

***Členové PS pro komunikaci IROP jsou***:

• Zástupci ŘO IROP

• Zástupci CRR ČR

Činnost PS pro komunikaci IROP řídí zástupce ŘO IROP, který informuje emailem ostatní členy o zasedání a programu nadcházející PS nejméně 5 pracovních dnů před jednáním. Z každého jednání je vyhotoven zápis.

1. **Evaluace a indikátory**

V roce 2015 nejsou naplánované žádné interní ani externí evaluační aktivity. Z hlediska vytyčených komunikačních cílů budou sledovány níže uvedené hlavní indikátory dle kódování národního číselníku a vedlejší indikátory.

* 1. ***Hlavní indikátory***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kód NČI** | **Hlavní indikátor** | **Definice/zdroj dat** | **Plánovaná hodnota** | **Zdůvodnění kvantifikace** |
| 82000 | Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí | Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí, PR akcí, eventů, outdoor akcí a ostatní podobné aktivity, jejichž součástí je rozeslání pozvánky alespoň úzkému okruhu účastníků (přednášející, lektoři, panelisté, VIP hosté atd.)/evidence ŘO IROP | 24 | Semináře k představení IROP (13), semináře pro žadatele k prvním výzvám (11) |
| 80103 | Počet vytvořených komunikačních nástrojů | Ukazatel sleduje počet nově vytvořených komunikačních nástrojů napomáhajících zlepšení informovanosti, pozitivního vnímání či transparentnosti čerpání pomoci z ESI fondů, např. seznam příjemců, mapa projektů, webové stránky atd./evidence ŘO IROP | 3 | Microsite IROP, webová aplikace IROP fórum, konzultační software |
| 80200 | Počet vytvořených informačních materiálů | Počet vytvořených tištěných, elektronických, propagačních a technických materiálů či podobných dokumentů určených provšechny cílové skupiny. Indikátor sčítá počet unikátních materiálů, nikoli počet kusů ani aktualizací/verzí již existujících materiálů/evidence ŘO IROP | 4 | Newsletter IOP pod lupou (4) |
| CESF0 | Celkový počet účastníků | Celkový počet osob / účastníků (žáků, studentů, zaměstnanců, pracovníků implementační struktury, osob cílových skupin apod.), které v rámci projektu získaly jakoukoliv formu podpory. Každá podpořená osoba se v rámci projektu započítává pouze jednou bez ohledu na to, kolik podpor obdržela. Podpora je jakákoliv aktivita financovaná z rozpočtu projektu, ze které mají cílové skupiny prospěch. Podpora může mít formu např. vzdělávacího nebo rekvalifikačního kurzu, stáže, odborné konzultace, poradenství, výcviku, školení, odborné praxe apod/evidence ŘO IROP (prezenční listiny, konzultační software) | 1000 | Semináře k představení IROP a semináře pro žadatele k prvním výzvám (1000) |

* 1. ***Vedlejší indikátory***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Komunikační nástroj** | **Vedlejší indikátor výstupu** | **Definice/zdroj dat** | **Plánovaná hodnota** | **Zdůvodnění kvantifikace** | **Vedlejší indikátor výsledku** | **Definice/zdroj dat** | **Plánovaná hodnota** | **Zdůvodnění kvantifikace** |
| **Komunikace s médii a PR** | | | | | | | | |
| ***Tiskové zprávy*** | Počet vydaných tiskových zpráv | Počet vytvořených textových sdělení pro média, které se nějakým způsobem týkají implementace IROP/web MMR | 12 | Průměrně 1TZ/měsíc | Počet mediálních výstupů | Počet všech mediálních (PR) výstupů, ve kterých je obsažen název OP (celý název nebo ve zkratce)/ Odbor komunikace MMR | 60 | Průměrně 5 mediálních výstupů z 1 TZ |
| **Online komunikace** | | | | | | | | |
| ***Webové stránky/microsite*** | Počet vložených článků na webové stránce/microsite IROP | Počet nových článků vložených prostřednictvím redakčního systému/redakční systém | 60 | Průměrně 60 článků/rok | Počet unikátních návštěvníků webové stránky/microsite IROP | Počet unikátních uživatelů (na základě IP adres) webové stránky/microsite IROP/google analytics | 20 000 | Průměrně 20 000 unikátních uživatelů za rok |
| ***Online newsletter*** | Počet vydání online newsletterů | Počet čísel vydání online newsletterů/archiv na sdíleném disku | 4 | 1 newsletter vydávaný kvartálně | Počet distribučních emailových adres | Počet emailových adres v distribučním seznamu | 5000 | Počet emailových adres newsletteru IOP pod lupou |
| **Publikační aktivity** | | | | | | | | |
| ***Publikace*** | Počet druhů tištěných publikací | Počet druhů informačních brožur, katalogů a případně jiných publikací (nikoliv letáků), které svým charakterem napomáhají zvyšovat publicitu IROP/archivace 1ks | 1 | Tištěná forma online newsletteru | Celkový počet distribuovaných výtisků | Celkový počet rozdaných výtisků cílovým skupinám publicity IROP/předávací protokol minus zůstatek na skladě | 1600 | 400ks za 1 vydání newsletteru |
| **Přímá komunikace** | | | | | | | | |
| ***Semináře/workshopy*** | Počet uspořádaných seminářů/workshopů | Počet uspořádaných seminářů/workshopů, které svými tématy zohledňují komunikační cíle IROP (pouze kompletní organizace)/archivace dat na sdíleném disku | 24 | 13 seminářů k představení IROP, 11 seminářů k prvním výzvám IROP | Počet účastníků na seminářích/workshopech | Celkový počet účastníků seminářů/workshopů (nikoliv unikátní počet)/prezenční listina | 3600 | Průměrný účast 150 návštěvníků za seminář/workshop |
| ***Individuální konzultace*** | Počet zodpovězených dotazů | Počet zodpovězených dotazů evidovaných v emailové schránce [irop@mmr.cz](mailto:irop@mmr.cz) a následně v konzultačním softwaru/konzultační software | 1200 | Průměrně 1000 odpovědí za rok | Počet informovaných subjektů | Celkový počet informovaných institucí/emailová schránka [irop@mmr.cz](mailto:irop@mmr.cz) nebo konzultační software | 250 | Průměrně 4 dotazy za jednu instituci |

1. Tento newsletter již z velké části zohledňuje témata IROP. [↑](#footnote-ref-1)
2. V nadcházejících letech už bude primární komunikovat reálné dopady intervencí. [↑](#footnote-ref-2)
3. Jedná se o celkové veřejné výdaje na danou aktivitu. [↑](#footnote-ref-3)
4. Tento newsletter již z velké části zohledňuje témata IROP. [↑](#footnote-ref-4)