

STRUKTURA I ZAKRES MERYTORYCZNY OPRACOWANIA

Zakres dokumentu w wersji angielskojęzycznej	Tłumaczenie:
Chapter 1. Communication strategy 1.1. Introduction/Project description 1.2. The path of creation and updating of the Communication Plan	Rozdział 1. Strategia komunikacji 1.1. Wprowadzenie/Opis projektu 1.2. Ścieżka tworzenia i aktualizacji Planu komunikacji
Chapter 2. Communication targets 2.1. General communication targets 2.1.1. Main goals 2.1.2. Specific objectives 2.1.3. Main tools and activities 2.2. Regional communication targets 2.2.1. Main goals and specific objectives 2.3. International communication targets	Rozdział 2. Cele komunikacyjne 2.1. Ogólne cele komunikacyjne 2.1.1. Cele główne 2.1.2. Cele szczegółowe 2.1.3. Podstawowe narzędzia i działania 2.2. Regionalne cele komunikacyjne 2.2.1. Cele główne i cele szczegółowe 2.3. Międzynarodowe cele komunikacyjne
Chapter 3. Internal workflows and responsibilities 3.1. Internal Communication within the project 3.2. Internal communication targets 3.3. Organisational Structure 3.3.1. Project Management Group 3.3.2. Work Package Leaders 3.3.3. Local Leader and Partners coordinators 3.4. Internal communication tools 3.5. General schedule of activities	Rozdział 3. Wewnętrzny przepływ informacji 3.1. Komunikacja wewnętrzna w ramach projektu 3.2. Wewnętrzne cele komunikacyjne 3.3. Struktura organizacyjna 3.3.1. Kierownictwo Projektu 3.3.2. Liderzy Pakietów Roboczych 3.3.3. Lokalni przedstawiciele instytucji partnerskich 3.4. Wewnętrzne narzędzia komunikacji 3.5. Ogólny harmonogram działań
Chapter 4. External Communication 4.1. External communication targets 4.1.1. Target groups and basic messages 4.2. Information and promotion activities within the project 4.2.1. Information, promotion and their prospective results 4.2.2. Coordination of actions with regard to information and promotion 4.2.3. Planning the information and the promotion 4.2.4. Distribution of duties with regard to information and promotion 4.2.5. Monitoring and evaluation of information and promotion activities 4.2.6. Leader and Partner's duties with regard to information and promotion 4.3. External communication tools 4.3.1. Social networks (e.g. Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube) 4.3.2. Project video 4.3.3. Final Project Publication and Regional Partners Publications. 4.4. EU and Central European Programme laws about communication and information.	Rozdział 4. Komunikacja zewnętrzna 4.1. Zewnętrzne cele komunikacyjne 4.1.1. Grupy docelowe oraz podstawowe komunikaty 4.2. Działania informacyjne i promocyjne w ramach projektu 4.2.1. Informacja, promocja oraz perspektywy ich efektywności 4.2.2. Koordynacja działań w zakresie informacji i promocji 4.2.3. Planowanie informacji i promocji 4.2.4. Podział obowiązków w zakresie informacji i promocji 4.2.5. Monitorowanie i ocena działań informacyjnych i promocyjnych 4.2.6. Obowiązki Lidera oraz Partnerów projektu w zakresie informacji i promocji 4.3. Zewnętrzne narzędzia komunikacyjne 4.3.1. Sieci społecznościowe (np. Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube) 4.3.2. Video projektu 4.3.3. Publikacja podsumowująca projekt oraz publikacje regionalne. 4.4. Wytyczne Unii Europejskiej oraz Programu Operacyjnego dla Europy Środkowej w zakresie komunikacji i informacji.
Chapter 5. Internal Evaluation 5.1. Evaluation of meetings and events 5.2. Evaluation of work package development 5.3. Emotional feedback 5.4. Evaluation reports	Rozdział 5. Ocena wewnętrzna 5.1. Ocena spotkań i imprez 5.2. Ocena rozwoju pakietu roboczego 5.3. „Feedback” 5.4. Sprawozdania z oceny
Chapter 6. Conclusions and recommendation	Rozdział 6. Wnioski i zalecenia