

6.		A község értékének növelése					projektmenedzser: dr Menyhárt Ferenc				
1.	alprojekt tervezett feladatai	alprojekt feladatlebonntás	mértföldkő/termék	a cél elérésének határideje					forrásigény megnevezése	kapcsolódási pontok más akcióscsoporttal	
				rövid távú	középtávú		hosszútávú				
				2015.	2016.	2017.	2018.	2019.			
6.1 alprojekt, vezető: Polányi Zoltán	Egységes településmarketing rendszer kialakítása a stakeholderek irányába	a) az érintettek, (stakeholderek) körének meghatározása, csoportosítása	a stakeholderek csoportosított listájának elkészülte	X					nincs	minden cél	
		b) testvértelepülések lehetséges körének összeállítása	testvértelepülések javasolt körének listája	X					nincs	3.6,	
		c) a közös érdekek feltárása érintettenként, a kapcsolatfelvétel okának definiálása, miben és miért fontosak, összekapcsolása a többi céllal	a stakeholderek a település szempontjából definiált jelentőségéről készített elemzés	X						nincs	minden cél
		d) a többi cél irányítóival való együttműködés rendjének kidolgozása	a többi stratégiai céllal történő együttműködés szabályozásának elkészítése	X						nincs	minden cél

6.	A község értékének növelése				projektmenedzser: dr Menyhárt Ferenc					
2.	alprojekt tervezett feladatai	alprojekt feladatlebonntás	mértföldkő/termék	a cél elérésének határideje					forrásigény megnevezése	kapcsolódási pontok más akcióscsoporttal
				rövid távú	középtávú		hosszútávú			
				2015.	2016.	2017.	2018.	2019.		
6.2 alprojekt, vezető: dr Török Zoltán	Külső kommunikáció tartalmi és módszertani rendszerének kialakítása: kormányzati szervek, hatóságok, járás, kistérség, a média, a bankok, környezetvédők, szakmai	a) javaslat <i>általában</i> az elsődleges és a másodlagos csoportok, illetve <i>konkrétan</i> a különböző érintetti kör megközelítésének módjára, a kapcsolattartás rendszerére, gyakoriságára, tartalmára	a stakeholderekkel való kommunikáció módjainak rendszerének leírása	X					nincs	2.5, minden cél
		b.) Az egyes stakeholderek irányába történő kommunikáció eszközeinek, fórumainak meghatározása,		X					nincs	minden cél
		c) A testvértelepülések felé történő marketing módszerek és eszközök meghatározása			X				nincs	minden cél
		d) A kommunikációs tartalmak meghatározása: ki, miről, kinek, mit, milyen rendszerességgel	a kommunikációs tartalmak mátrixának elkészítése	X	X				nincs	minden cél

6.	A község értékének növelése		projektmenedzser: dr Menyhárt Ferenc							
3.	alprojekt tervezett feladatai	alprojekt feladatleltár	mértékegység/termék	a cél elérésének határideje					forrásigény megnevezése	kapcsolódási pontok más akciócsoporttal
				rövid távú	középtávú		hosszútávú			
				2015.	2016.	2017.	2018.	2019.		
6.3 alprojekt, vezető: Sipos Kinga	Külső kommunikáció a vevők, befektetők, testvér települések, szolgáltatók, vállalkozók, szállítók szemléletének formálása, egységes megjelenés	a) a 6.2 alprojekt feladataiból következően: az egységes arculati, szimbólum rendszer kidolgozása	Arculati kódex elkészülte, testület elé történő betervezése	X					nincs	2.2,
		b) javaslat az arculati kódex szabályozására: ki, mikor, mit kell, hogy alkalmazzon, beleértve a rendezvények, publikációk, a levelezés, a honlap stb. arculati egységét is	A kommunikációs anyagok, prospektusok, rendezvénynaptár formai, tartalmi elemeinek elkészülte (a tartalmat a többi alprojekttől kell összegyűjteni)	X	X				nincs	minden cél
		c) testvértelepülések felé történő kommunikáció anyagok tartalmának meghatározása, javaslat azok előállítására	Testvér településeknek szóló kommunikáció anyagának tartalmi meghatározása, elkészítése.	X	X				nincs	2.2,
		d) EU-s települések közötti együttműködésekre vonatkozó pályázati lehetőségek feltárása, javaslat közös pályázatokra testvér, és egyéb külföldi településekkel	lehetséges EU-s pályázatok listájának, és/vagy a követés módjának kidolgozása	X	X				nincs	2.2,

6.	A község értékének növelése <span style="float: right;">projektmenedzser: dr Menyhárt Ferenc</span>									
4.	alprojekt tervezett feladatai	alprojekt feladatlebonntás	mértföldkő/termék	a cél elérésének határideje					forrásigény megnevezése	kapcsolódási pontok más akcióscsoporttal
				rövid távú	középtávú		hosszútávú			
				2015.	2016.	2017.	2018.	2019.		
6.4 alprojekt, vezető: Jobb Dávid	Belső marketing, a lakosság szemléletét formáló kommunikációs eszközrendszer létrehozása	a) a településen élők tájékoztatásához szükséges, alkalmas eszközök rendszerének kialakítása	az eszközrendszerrel készült lista, a formai követelmények leírásával	X					nincs	minden cél
		b.) tartalmak megtervezése, ütemezések: mikor, kinek mit, hogyan, milyen formában kell kommunikálni ahhoz, hogy a lakosság támogatását, együttműködését megnyerjük; réteggigények figyelembe vétele; eseményeken, tájékoztató jellegű tartalmakon túli kommunikáció	ütemtervek elkészülte, az egyes eszközökben történő megjelentetés módjainak leírásával	X	X				nincs	minden cél
		c) javaslat a hatékonyság mérésnek módjára	a meggyőzés mérését mérni képes lehetőségek tervének elkészülte	X					nincs	minden cél