

**ZAKRES DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH – Kosztorys ofertowy**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Rodzaj zadania**  **działania** | **Krótki opis** | **Koszty (w PLN, netto)** | **Koszty (w PLN, brutto)** | **Terminy realizacji** | **Czas trwania** |
|  | Przygotowanie harmonogramu promocji i zarządzanie jego wdrożeniem | Harmonogram powinien zawierać rodzaje działań, czas, sposób ich realizacji; harmonogram powinien zawierać terminy przygotowania materiałów i ich akceptacji. |  |  | 5 dni od momentu podpisania umowy |  |
|  | Tablica informacyjna | Wykonanie dwóch szklanych tablic informacyjnych i ich montaż wewnątrz i na zewnątrz obiektu. Wymiar tablic:  81,5cm (wys.) x 120cm (dł.). |  |  | 10 dni od momentu podpisania umowy |  |
|  | Konferencja rozpoczynająca projekt | Organizacja konferencji prasowej, której celem jest poinformowanie o projekcie i zaangażowaniu Unii Europejskiej. Przygotowanie bazy danych dziennikarzy, zredagowanie informacji prasowej, przygotowanie scenariusza konferencji prasowej. Przygotowanie sali, jej nagłośnienie. Konferencja odbędzie się w sali należącej do beneficjenta. Wykonawca zapewnieni wodę mineralną i suche ciastka.  W konferencjach powinni wziąć udział dziennikarze mediów regionalnych i ogólnopolskich (prasa, radio, telewizja, portale internetowe), w każdej minimum 25 dziennikarzy.  Po konferencji wykonawca przekaże listę dziennikarzy w niej uczestniczących i przygotuje raport na temat materiałów dziennikarskich będących efektem konferencji prasowej. |  |  | II kwartał 2018 |  |
|  | Materiały informacyjne i promocyjne | 1. Plakat A2 - wydruk 5 szt.  2.Wykonanie roll-upów – 2 szt.; wymiar: 100x200 cm  3. Ulotka informacyjna – 1000 szt.  format A3 falcowany do A6 (297mm/420mm falcowany do 105mm/148mm) po obcięciu; kolor 4+4; papier: Panta Sora Matt Arte 100g lub równoważny. |  |  | 1.  II kwartał 2018  2.  II kwartał 2018  3.  21 dni od daty podpisania umowy |  |
|  | Podstrona internetowa | Przygotowanie podstrony internetowej, która zamieszczona będzie na stronie internetowej Beneficjanta. Podstrona powinna zawierać  informacje o projekcie i zaangażowaniu Unii Europejskiej. Powinna być aktualizowana  3-4 razy w ciągu roku. Podstrona powinna zawierać następujące dane: opis projektu, loga Beneficjenta, Unii Europejskiej, aktualności, zdjęcia. |  |  | II kwartał 2018 | do zakończenia projektu (IV kwartał 2020). |
|  | Konferencja zamykająca Projekt | Organizacja konferencji prasowej, której celem jest podsumowanie projektu i zaangażowaniu Unii Europejskiej. Przygotowanie bazy danych dziennikarzy, zredagowanie informacji prasowej, przygotowanie scenariusza konferencji prasowej. Przygotowanie sali, jej nagłośnienie. Konferencja odbędzie się w sali należącej do beneficjenta, dziennikarze zwiedzą również miejsce realizacji projektu.  W konferencjach powinni wziąć udział dziennikarze mediów regionalnych i ogólnopolskich (prasa, radio, telewizja, portale internetowe), w każdej minimum 25 dziennikarzy. Zapewnienie wody mineralnej, kawy, herbaty i suchych ciastek.  Wszystkie działania powinny być wykonywane w porozumieniu z beneficjentem i przez niego akceptowane.  Po konferencji wykonawca przekaże listę dziennikarzy uczestniczących w konferencji i przygotuje raport na temat materiałów dziennikarskich będących efektem konferencji prasowej. |  |  | IV kwartał 2020 |  |
|  | Ogłoszenia w prasie regionalnej i ogólnopolskiej | Wykonawca zamieści 10 ogłoszeń o projekcie w prasie regionalnej i ogólnopolskiej. Wszystkie reklamymają promowaćźródła dofinansowania Projektu opatrzone logotypami, zgodnie z aktualnymi wytycznymi dla projektów współfinansowanych z POIiŚ. Treści reklam, projekty reklam prasowych zostaną opracowane przez wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego. Wykonawca dokonuje korekty językowej tekstów zamieszczanych w reklamach.  **Reklamy prasowe (10 ogłoszeń reklamowych, w tym 8 ogłoszeń w prasie regionalnej, 2 ogłoszenia w prasie ogólnopolskiej):**  **Specyfikacja ogłoszenia w prasie regionalnej:**  jednorazowa reklama w dzienniku regionalnym (Dolny Śląsk) w postaci reklamy o wymiarach ¼ strony na stronie o formacie A3, standardowy papier gazetowy; ukazującym się w postaci drukowanej, sześć razy w tygodniu (od poniedziałku do soboty), średni nakład nie mniejszy niż 20 000 egz., dystrybucja odpłatna; z wykluczeniem tabloidów.  **Specyfikacja ogłoszenia w prasie ogólnopolskiej:**  jednorazowa reklama w dzienniku ogólnopolskim w postaci reklamy o wymiarach 1/8 strony na stronie o formacie A3, standardowy papier gazetowy; dziennik o zasięgu ogólnopolskim, ukazujący się w postaci drukowanej, sześć razy w tygodniu (od poniedziałku do soboty), średni dzienny nakład dziennika nie mniejszy niż 25 000 egz.; dystrybucja odpłatna; z wykluczeniem tabloidów. |  |  | IV kwartał 2018: ogłoszenia w prasie regionalnej – 2 szt.  ogłoszenie w prasie ogólnopolskiej – 1 szt.  II kwartał 2019: ogłoszenia w prasie regionalnej – 2 szt.  IV kwartał 2020: ogłoszenia w prasie regionalnej – 4 szt.  ogłoszenia w prasie ogólnopolskiej – 1 szt. |  |
|  | Organizacja wydarzeń informacyjnych dla mediów oraz przedstawicieli świata kultury | Organizacja dwóch wydarzeń informacyjnych dla mediów oraz przedstawicieli świata kultury.  Przygotowanie bazy zaproszonych osób, przygotowanie informacji, zaproszenie uczestników, który opowiedzą o projekcie; przygotowanie sali i nagłośnienia. W każdym spotkaniu udział weźmie 50 osób. Odbędzie się ono w sale należącej do Beneficjenta.  Przygotowanie poczęstunku w postaci: wody mineralnej, herbaty, kawy, słodkich przekąsek. Posprzątanie po zakończeniu konferencji. |  |  | 2019 i 2020 – (dokładne daty podane zostaną w późniejszym terminie, co najmniej 30 dni przed datą wydarzenia) |  |
|  | Kampania promocyjna w mediach społecznościowych: Facebook | Przeprowadzenie kampanii informacyjnej na Facebooku. Zamieszczanie postów bezpłatnych na profilu Panoramy Racławickiej (od 6 do 10 postów w ciągu roku) i przeprowadzenie płatnej kampanii reklamowej na zakończenie projektu. Kampania o zasięgu ogólnopolskim. Budżet kampanii płatnej 2000,00. |  |  | Pierwsza informacja w ciągu 21 dni od podpisania umowy;  Kampania płatna IV kwartał 2020. |  |
|  | Spot promujący projekt w lokalnym programie TVP | Przygotowanie scenariusza spota, napisanie treści, przygotowanie materiałów graficznych niezbędnych do produkcji spota; produkcja spota, zakup czasu antenowego i emisja spota w telewizji o zasięgu regionalnym (Dolny Śląsk). Spot powinien trwać 30 sekund, powinien mieć formę filmową. Liczba emisji: 10, w tym 4 emisje e tzw. prime time. |  |  | IV kwartał 2020 |  |
|  | Tablica pamiątkowa | Wykonanie dwóch szklanych tablic pamiątkowych i ich montaż wewnątrz i na zewnątrz obiektu. Wymiar tablic: 70 cm (wys.) x 100 cm (dł.). |  |  | IV kwartał 2020 |  |
|  | Prace graficzne | Zaprojektowanie Key Visual projektu, zaprojektowanie:   * plakat A2 * tablic informacyjnych * tablic pamiątkowych * roll-up * ulotka * podstrona internetowa * ogłoszenia w prasie * baner na Faceboka * plansze w spocie |  |  | Zaakceptowanie Key Visual 10 dni od daty podpisania umowy  Projekty graficzne materiałów od daty podpisania umowy do IV kwartału 2020. |  |
| **RAZEM** | | | RAZEM | …………………………. zł |  | |